

Organización
de las Naciones Unidas
para la Educación,
la Ciencia y la Cultura













Alfabetización Mediática e Informacional





Curriculum para Profesores





Carolyn Wilson
Alton Grizzle
Ramon Tuazon
Kwame Akyempong
Chi-Kim Cheung





Alfabetización Mediática e Informacional

Curriculum para profesores

Parte 1:
Curriculum y Marco de Competencias

Parte 2:
Módulos Básicos y

Opcionales

Publicado por
La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
7, place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, France

Sector de Comunicación e Información
www.unesco.org/webworld

ISBN: 978-959-18-0787- 8

Original editado por Alton Grizzle y Carolyn Wilson.

Versión en Español producida por las Oficinas de la UNESCO en Quito, La Habana y San José

Créditos fotos

Cubierta (izq a der, ar. a abajo):
1. © iStockphoto
2. CC BY Rodrigo Galindez
3. © iStockphoto
4. © 2008 Edson E. Whitney, Courtesy of Photoshare
5. © 2005 Adnan Kabir, Courtesy of Photoshare
6. © iStockphoto
7. © iStockphoto
8. © 2007 Rajal Thaker, Courtesy of Photoshare
9. © iStockphoto
10. © iStockphoto
11. © iStockphoto
12. © 2005 Alain B. Labrique/JHSPH, Courtesy of Photoshare

pp. 13 y 44 (izq a der, ar. a abajo):
1. CC BY Video Volunteers(VV)
2. © 2009 Dr Urvish Joshi, Courtesy of Photoshare
3. © 2006 Hugh Rigby/CCP, Courtesy of Photoshare
4. CC BY Video Volunteers(VV)
5. © 2008 Bob Msangi, Courtesy of Photoshare
6. © 2009 Frederick Noronha, Courtesy of Photoshare
7. CC BY C G-K
8. © 1997 CCP, Courtesy of Photoshare
9. © 2007 Rajal Thaker, Courtesy of Photoshare
10. © 2001 CCP, Courtesy of Photoshare
11. © 2007 Arup Haldar, Courtesy of Photoshare
12. © 2008 Edson E. Whitney, Courtesy of Photoshare

p. 58: CC BY Rodrigo Galindez
p. 77: © UN Photo/Martine Perret
p. 90: © 2008 Edson E. Whitney, Courtesy of Photoshare
p. 100: © OSCE/Stephan Weixler/Austria
p. 106: CC BY Gorski
p. 117: © 2003 Justin Fahey, Courtesy of Photoshare
p. 125: © 2006 Hugh Rigby/CCP, Courtesy of Photoshare
p. 133: © 2006 Sara Feldman, Courtesy of Photoshare
p. 144: © 2007 William Ongala, Courtesy of Photoshare
p. 152: CC BY Video Volunteers(VV)
p. 157: © 2009 Dr Urvish Joshi, Courtesy of Photoshare
p. 170: CC BY Video Volunteers(VV)
p. 174: © 2007 Alfredo L. Fort, Courtesy of Photoshare
p. 176: CC BY Paul Keller

Composición tipográfica por UNESCO

Constitución de la UNESCO

“...los Estados Partes en la presente Constitución, persuadidos de la necesidad de asegurar a todos el pleno e igual acceso a la educación, la posibilidad de investigar libremente la verdad objetiva y el libre intercambio de ideas y de conocimientos, resuelven desarrollar e intensificar las relaciones entre sus pueblos, a fin de que éstos se comprendan mejor entre sí y adquieran un conocimiento más preciso y verdadero de sus respectivas vidas...”

AGRADECIMIENTOS

Los autores desean expresar su gratitud a Wijayananda Jayaweera y Vladimir Gaï por su importante contribución y liderazgo desde la conceptualización hasta la preparación final de este curriculum. Los autores también reconocen las contribuciones y comentarios realizados por las siguientes personas:

COLABORADORES

— Revisores:

Irmgarda Kasinskaite-Buddeberg, Especialista del Programa, UNESCO Paris

Andrew Puddephatt, Director, Global Partners and Associates, Londres, Reino Unido

Fackson Banda, Especialista del Programa, UNESCO Paris

Boyan Radoykov, Jefe de la Sección, Sección para Acceso Universal y Preservación, UNESCO Paris

Indrajit Banerjee, Director, División de la Sociedad de Información, UNESCO Paris

Ralph Catts, Investigador Principal, Schools and Social Capital Network Scottish Applied Educational Research Scheme (AERS)

Jaco Du Toit, Asesor de Comunicación e Información, UNESCO Windhoek

Misako Ito, Asesor de Comunicación e Información, UNESCO Rabat

Abel Caine, Especialista de Programa, UNESCO Paris

Toby Mendel, Director Ejecutivo, Centro para la Ley y la Democracia

— Otros Colaboradores:

Jutta Croll, Director Administrativo, Stiftung Digitale Chancen, Berlin, Alemania

— Reunión internacional del grupo de expertos para asesorar en la estrategia de preparación del curriculum

Kwame Akyempong, Director Adjunto, Centro para Educación Internacional, Universidad de Sussex, Brighton, Reino Unido

Evelyne Bevort, Director Adjunto, Centre de Liaison de l'Enseignement et des Moyens d'Information (CLEMI), Paris, Francia

Fackson Banda, SAB Limited – UNESCO Presidente de Medios y Democracia, Rhodes University, Grahamstown, Sudáfrica.

Albert K. Boekhorst, Profesor Visitante, Departamento de Ciencias de la Información, Universidad de Pretoria, Sudáfrica

C. K. Cheung, Capacitador de Profesores, Facultad de Educación, Universidad de Hong Kong, China

Noel Chicuecue, Oficial Nacional de Programa, UNESCO Mozambique

Bandula P. Dayarathne, Profesor Graduado y Desarrollador de Curriculum, Instituto Nacional de Educación y Conferencista Visitante de Medios y Educación, University of Colombo, Sri Lanka

Carmilla Floyd, escritor, periodista y capacitador de medios, Estocolmo, Suecia

Divina Frau-Meigs, Vice-Presidente, International Association for Media and Communication Research (IAMCR), Universidad de Paris – Sorbona, Francia

Martin Hadlow, Director, Centro para la Comunicación y el Cambio Social, Escuela de Periodismo y Comunicación, Universidad de Queensland, Brisbane, Australia

Jesus Lau, Director, Biblioteca USBI VER, Universidad Veracruzana, México

Maria Ester Mancebo, Profesor de Políticas Educativas, Universidad de la República, Montevideo, Uruguay

Penny Moore, Consultor de Investigación Educativa y Director Ejecutivo, International Association of School Librarianship, Wellington, Nueva Zelandia

Renato Opertti, Agencia Internacional de Educación, UNESCO Ginebra

Caroline Pontefract, Jefe de la Sección de Educación para Profesores, UNESCO Paris

Rasha Omar, Director, Rama de Ciencia y Tecnología, Centro para el Desarrollo de Curriculum, Ministerio de Educación y Educación Superior, Ramallah, Territorio Palestinos

José Manuel Perez Tornero, Vice-Presidente, European Association for Viewers' Interest (EAVI), Secretario General, Asociación Internacional para Educación Mediática (MENTOR), Universidad Autónoma de Barcelona,España

Manuel Quintero Quintero, Director-General, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, México

Samy Tayie, Presidente, Asociación Internacional para Educación Mediática (MENTOR), Cairo, Egipto

Toussaint Tchitchi, Universidad de Abomey-Calavi, Benín

Jordi Torrent, Administrador de Proyecto, Educación en Alfabetización Mediática, Alianza de las Civilizaciones, Naciones Unidas

Ramón R. Tuazon, Presidente, Comité Técnico para la Educación, Comisión para la Educación Superior (CHED), y Presidente, Instituto Asiático de Periodismo y Comunicación, Filipinas

Carolyn Wilson, Presidente, Asociación para la Alfabetización Mediática (AML), Ontario, Canadá e Instructora, Ontario Institute for Studies in Education, Universidad de Toronto, Canadá

— Segunda reunión internacional del grupo de expertos para revisar el primer borrador del curriculum

Clement Lambert, Orador, Lenguaje/Alfabetización Educación, Instituto de Educación, Universidad de las Indias Occidentales, Jamaica

Susan Moeller, Directora, International Center for Media and the Public Agenda (ICMPA), Salzburgo, Austria

Roxana Morduchowicz, Directora del Programa Escuela y Medios del Ministerio de Educación de la Nación, Buenos Aires, Argentina

Jutta Croll, Director Administrativo, Stiftung Digitale Chancen, Berlín, Alemania

Per Lundgren, Miembro, Junta Directiva, Cumbre Mundial sobre Medios para Niños y Adolescentes, Karlstad, Suecia

Mouna Benslimane, Profesor, Escuela de Ciencias Informáticas, Marruecos

Ana Naidoo, Vice-Decana, Facultad de Educación, Universidad de Pretoria, África del Sur

Asim Abdul Sattar, Decano, Facultad de Educación, Maldives College of Higher Education, Maldiva

Ramon R. Tuazon, Presidente, Comité Técnico para la Educación, Comisión para la Educación Superior (CHED), y Presidente, Instituto Asiático de Periodismo y Comunicación, Filipinas

Carolyn Wilson, PPresidente, Asociación para la Alfabetización Mediática (AML), Ontario, Canadá e Instructora, Ontario Institute for Studies in Education, Universidad de Toronto, Canadá

C. K. Cheung, Capacitador de Profesores, Facultad de Educación, Universidad de Hong Kong, China

Kwame Akyempong, Capacitador de Profesores, Facultad de Educación, Universidad de Hong Kong, China

Jordi Torrent, Administrador de Proyecto, Educación en Alfabetización Mediática, Alianza de las Civilizaciones, Naciones Unidas

Renato Opertti, Agencia Internacional de Educación, UNESCO Ginebra

— Series de talleres regionales de capacitación a capacitadores y consultas para África del Sur, América Latina y el Caribe, y el Sur de Asia

Africa del Sur

Phindile Maureen Nxumalo, Jefe del Departamento de Educación,William Pitcher College, Suazilandia

Wandile Sifundza, Editor de SNAT Newsletter, Asociación Nacional de Profesores de Suazilandia

Musa Hlophe, Diseñador del Curriculum de Matemáticas, Responsable de la Información en el NCC National Curriculum Centre, Sudáfrica

Mafata Paul Mafata, Lesotho College of Education, Lesotho

Mabataung Metsing, Centro Nacional para el Desarrollo Curricular, Sudáfrica

John Nyambe, National Institute of Educational Development, Namibia Gerhard Ngalangi, Educador, Rundu College of Education, Namibia

Gerhard Ngalandi, Lecturer, Rundu College of Education, Namibia

Allen Chaida, Orador, Caprivi College of Education, Namibia

Tulonga Henoch, Educador, Ongwediva College of Education, Namibia

Elizabeth Brown, Educador, Universidad de Namibia, Namibia

Andrew Stevens, Educador, Rhodes University, Sudáfrica

Pentecost Nkhoma, Educador, Tshwane University of Technology, Pretoria, Sudáfrica

Les Meiring, Educador, Nelson Mandela Metropolitan University, Port Elizabeth, Sudáfrica

Mandie Uys, Educador, North-West University, Sudáfrica

Gerrit Stols, Universidad de Pretoria, Sudáfrica

Ana Naidoo, Vice-Decano, Facultad de Educación, Universidad de Pretoria, Sudáfrica

Mary Anne Hood, Educador, University of Fort Hare, East London, Sudáfrica

Sikhonzile Ndlovu, Administrador de Capacitación Mediática, Gender Links, Johannesburgo, Sudáfrica

Maryna Roodt, Educador, Central University of Technology, Bloemfontein, Sudáfrica

Van Heerden, Educador, Universidad de Western Cape, Sudáfrica

Marianne Hicks, Educador, Estudios Internacionales, Monash University, Sudáfrica

Ina Fourie, Profesor Asociado, Departamento de Ciencias de la Información, Universidad de Pretoria, Sudáfrica

Johan van Wyk, Bibliotecario, Universidad de Pretoria, Sudáfrica

América Latina y el Caribe

Joseph Mckenzie, Educador Principal, Moneague Teachers' College, Jamaica

Lorraine Jeanette Campbell, Director de Educación, Edna Manley College of the Visual & Performing Arts, Kingston, Jamaica

Hirfa Morrison, Bibliotecario, Excelsior Community College, Kingston, Jamaica

Zellyne Jennings-Craig, Director, Escuela de Educación, Universidad de las Indias Occidentales, Mona, Jamaica

Sonia Bennet-Cunningham, Director Principal, VTDI, HEART Trust/NTA, Kingston, Jamaica

Deborah Francis, Educador Principal, St Joseph's Teachers, Kingston, Jamaica

Dahlia Palmer, Educador, Shortwood Teachers' College, Kingston, Jamaica

Barbara Foster, Coordinador, Universidad de las Indias Occidentales, Mona, Jamaica

Catherine Gibson, Tutor Estudios Empresariales, Erdiston Teachers' Training College, Barbados

Linda Rozenbald, Educador de Profesores, Advanced Teacher Trainer College, Leysweg, Suriname

Jennifer Palmer Crawford, Jefe del Depto., Educación de Profesores, Clarence Fitzroy Bryant College, Guadalupe

Royston Emmanuel, Educador, Sir Arthur Lewis Community College, Santa Lucia

Jacqueline Morris, Educador, Universidad de Trinidad y Tobago

Lionel Douglas, Profesor Asistente, Universidad de Trinidad y Tobago

Valentine Telemaque, ICT Tutor, Northeast Comprehensive School, Wesley, Dominica

Erika Vasquez, Director, Departamento de Educación Básica, Universidad Nacional de Costa Rica

Sylvia James-Mitchell, Educador, T.A. Marryshow Communication College, Granada

Bob Harris, Periodista Independiente, PBC TV, Kingston, Jamaica

Marlon Dixon, Camarógrafo, PBC TV, Kingston, Jamaica

Gillian Bernard, Consultor, UNESCO Kingston, Jamaica

Elizabeth Terry, Presidente, ICT4D Jamaica, y Director, Proyectos y Asociaciones, HEART Trust/NTA

Isidro Fernandez-Aballi, Asesor de Información y Comunicación para el Caribe, UNESCO Kingston, Jamaica

Erika Walker, Oficial del Programa Nacional de Comunicación e Información, UNESCO Kingston, Jamaica

Melody Palmer, Director del Proyecto y Coordinador de la Red, ICT4D Jamaica

Sur-este Asiático

Braza Gopal Bhowmick, Secretario, Junta para el Curriculum Nacional y Libros de Texto, Dhaka, Bangladesh

Rayhana Taslim, Profesor Asistente, Teacher's Training College, Dhaka, Bangladesh

Shameem Reza, Profesor Asistente, Departamento de Comunicación de Masas y Periodismo, Universidad de

Dhaka, Bangladesh

Jigme Choden, Ministerio de Información y Comunicación, Thimphu, Bhutan

Yeshey Yang, Oficial de Políticas y Planificación, Ministerio de Información y Comunicación, Thimphu, Bhutan

Mohammad Akhtar Siddiqui, Presidente, Concejo Nacional para la Educación de Profesores (NCTE), Nueva Delhi, India

Arul Selvan, Profesor Asociado, School of Journalism and New Media Studies, IGNOU, Nueva Delhi, India

Mahalakshmi Jayaram, Ex Miembro de la Facultad, Asia College of Journalism, Chennai

Shuhudha Rizwan, Oficial de Desarrollo de la Educación, Centro de Educación Continúa, Ministerio de Educación, Male, Maldiva

Abdul Rasheed Ali, Decano, Facultad de Artes, Escuela de Educación Superior de Maldiva, Male, Maldiva

Ima Naryan Shrestha, Oficial de Capacitación, Centro Nacional para el Desarrollo de la Educación (NCED), Nepal

Shreeram Lamichhane, Instituto de Capacitación de Profesores, Nepal

Anjum Zia, Presidente, D/O Comunicación de Masas, Lahore College University for women Lahore, Pakistán

Anthony D'Silva, Notre Dame Instituto de Educación, Karachi, Pakistán

Pradeepa Wijetunge, Director, Instituto Nacional de Bibliotecas y Ciencias de la Información (NILIS), Colombo, Sri Lanka

Premila Gamage, Bibliotecario, Instituto de Estudios de Políticas, de Sri Lanka (IPS), Colombo, Sri Lanka

Tabla de Contenidos

Prólogo

Vivimos en un mundo dónde la calidad de la información que recibimos influye en gran manera sobre nuestras elecciones y acciones subsiguientes, incluyendo nuestra capacidad para disfrutar nuestras libertades fundamentales y habilidades para la auto-determinación y el desarrollo. De la misma forma, existe una proliferación de medios y otros proveedores de información que están guiados por los avances tecnológicos en telecomunicaciones, lo que nos ofrece una gran cantidad de información y conocimientos a los que los ciudadanos pueden tener acceso y compartir. Además de este fenómeno, está el reto de evaluar la relevancia y confiabilidad de la información sin que los ciudadanos tengan ningún obstáculo para hacer uso de sus derechos a la libertad de expresión y a la información. Es en este contexto, que se concibe la necesidad de una Alfabetización Mediática e Informacional AMI (MIL por sus siglas en inglés) ya que: expande el movimiento de educación cívica, el cual incorpora a los profesores como los principales agentes del cambio.

Este *Curriculum para Profesores sobre Alfabetización Mediática e Informacional* es un importante recurso para los Estados Miembros en su trabajo continuo para lograr los objetivos de la Declaración Grünwald (1982), la Declaración de Alejandría (2005) y la Agenda de Paris de la UNESCO (2007) – todas relacionadas con AMI. También es pionero por dos razones. Primero, va hacia el futuro, toma en cuenta las tendencias actuales que se dirigen hacia la convergencia de la radio, televisión, Internet, periódicos, libros, archivos digitales y bibliotecas en una sola plataforma – por lo tanto, es la primera vez que se presenta AMI de una manera holística. Segundo, está diseñado específicamente tomando en cuenta a los profesores y está dirigido hacia la integración de un sistema formal de educación para profesores, por lo tanto inicia un proceso catalizador que deberá llegar a millones de personas jóvenes y desarrollar sus capacidades.

Esta publicación se divide en dos partes: La Parte 1 contiene el *Curriculum AMI y el Marco de Competencias*, que proporciona una visión general de los fundamentos, diseño y temas principales. Es un complemento al *Marco de Competencias TICs para Profesores (2008)* de la UNESCO. La Parte 2 incluye el detalle de los *Módulos Obligatorios y Opcionales del curriculum*. El Curriculum AMI para Profesores será traducido al árabe, francés, ruso, español y, eventualmente, a otros idiomas.

UNESCO no ha escatimado esfuerzos para asegurar que en la preparación de este Curriculum AMI para Profesores se utilice un enfoque sistemático e integral. El proceso ha incluido la preparación de borradores, revisión y validación con los expertos provenientes de una amplia gama de áreas como la mediática, informacional, TICs, educación y desarrollo curricular. El trabajo se inició en 2008 e incluyó: la organización de un grupo internacional de expertos que se reunieron para asesorar sobre la estrategia para preparar el curriculum; hacer un mapeo a nivel mundial de los recursos de capacitación para AMI; nombrar un grupo de cuatro expertos para que preparen el proyecto del curriculum; organizar la reunión de un segundo grupo de expertos internacionales para revisar el proyecto y un conjunto de pruebas de campo a través de talleres de capacitación y consultorías en África del Sur, América Latina y el Caribe y el Sur de Asia; y preparar un segundo proyecto y la ronda final para la edición de lenguaje y contenido.

La preparación de este *Curriculum AMI para Profesores* representa un componente de una estrategia integral para auspiciar que las sociedades sean alfabetizadas en medios e información y promover la cooperación internacional. Otras acciones también incluyen la preparación de un *Marco Global sobre los indicadores AMI*, el establecimiento de una *Red Universitaria AMI*, la articulación de los *Lineamientos para preparar las Políticas y Estrategias Nacionales AMI* y el establecimiento de un *Centro de Intercambio de Información sobre AMI* en cooperación con la Alianza de las Civilizaciones de Naciones Unidas.

UNESCO se siente satisfecha por el interés global que este *Curriculum AMI para Profesores* ha recibido. Confiamos que este interés se convierta en resultados positivos en la Fase 2 de la iniciativa: la adaptación y los proyectos piloto del curriculum en las instituciones de capacitación de profesores en todas las regiones del mundo. En definitiva creemos que este curriculum será un gran aporte para la innovación y mejora en todos los niveles de educación.

Agradecemos a todos nuestros socios que fueron instrumentales en este proceso.

Jānis Kārkliņš

Subdirector General de
Comunicación e Información UNESCO

Parte 1

Curriculum y Marco de Competencias



INTRODUCCIÓN

El Artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos establece que "Todo individuo tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión". Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) provee a los ciudadanos las competencias que necesitan para buscar y gozar de todos los beneficios de este derecho humano fundamental.

La consecución de este derecho se refuerza a través de la Declaración de Grünwald de 1982, que reconoce la necesidad de sistemas políticos y educativos que promuevan el entendimiento crítico de los ciudadanos sobre el "fenómeno de la comunicación" y su participación en los medios (nuevos y viejos). Se lo refuerza aún más mediante la Declaración de Alejandría de 2005, que pone la Alfabetización Mediática e Informacional en el centro de un aprendizaje a lo largo de toda la vida. Reconoce como AMI "empoderar a las personas en todos los ámbitos de la vida para buscar, evaluar, utilizar y crear la información de una forma eficaz para alcanzar sus metas personales, sociales, ocupacionales y educativas. Esto es un derecho básico en un mundo digital y promueve la inclusión social de todas las naciones".

Se reconoce ampliamente a los medios y a otros proveedores de información como bibliotecas, archivos, e Internet como herramientas esenciales para ayudar a que los ciudadanos tomen decisiones informadas. También constituyen canales a través de los cuales las sociedades aprenden sobre sí mismas, mantienen discursos públicos, y construyen un sentido de comunidad. Los canales de medios e información tienen un importante impacto en el aprendizaje a lo largo de la vida y por lo tanto los ciudadanos necesitan tener un conocimiento básico de las funciones de los medios y otros proveedores de información y capacidad para poder evaluarlos. El objetivo de Alfabetización Mediática e Informacional es impartir este conocimiento a los usuarios.

La Alfabetización Mediática e Informacional contiene el conocimiento esencial sobre (a) las funciones de los medios, bibliotecas, archivos y otros proveedores de información en las sociedades democráticas, (b) las condiciones bajo las cuales los proveedores de medios de comunicación e información pueden llevar a cabo estas funciones eficientemente, y c) cómo evaluar el desempeño de estas funciones al evaluar el contenido y los servicios que estos proveen. A su vez, este conocimiento debe permitir que los usuarios se involucren con los canales de medios e información de una manera significativa. Las competencias adquiridas a través de la Alfabetización Mediática e Informacional puede dotar a los ciudadanos de destrezas de pensamiento crítico que les permita exigir servicios de alta calidad a los medios y otros proveedores de información. En conjunto, promueven un ambiente en donde los proveedores de medios y otros tipos de información son capaces entregar servicios de calidad.

Claramente, los órganos de información pública, dada su ubicación geográfica y cultural, asumen un lugar más importante que los otros medios en este curriculum y en el marco de competencias. Ellos representan un sistema multifacético de flujo de información. Como institución, los órganos de información pública tienen funciones específicas que se espera que cumplan en las sociedades democráticas. Por tradición, los medios de difusión – debido a su ubicación y a la limitación del espectro – han sido regulados para garantizar el

balance, mientras que los medios impresos no lo han sido. Los sistemas de autorregulación se han desarrollado en la prensa escrita como una alternativa para establecer regulaciones que ofrecen algún tipo de rendición de cuentas a un interés público más amplio.

El sistema de autorregulación se apuntala en valores éticos y principios particulares. Como tal, el público posee una expectativa específica sobre la prensa escrita, y los medios están sujetos a la crítica pública si no responden a las expectativas. Por lo tanto, este marco nos concede una lente a través de la cual podemos valorar la prensa escrita en términos de sus funciones, las condiciones bajo las cuales desempeñan esas funciones, y las formas en cómo su producto es apropiado para la audiencia.

A fin de fortalecer AMI entre los estudiantes, primero se requiere que los profesores se alfabeticen en medios e información. Este enfoque inicial en los profesores es una estrategia clave para alcanzar un efecto multiplicador: desde los profesores que son alfabetizados en información, cuyos conocimientos pueden transmitir hacia sus estudiantes y eventualmente a toda la sociedad. Los profesores alfabetizados en mediática e información habrán fortalecido las capacidades para empoderar a los estudiantes en sus esfuerzos para "aprender a aprender" de una forma autónoma para que puedan continuar con el aprendizaje a lo largo de toda la vida. Al educar a los estudiantes para que se alfabeticen en medios e información, los profesores estarían cumpliendo su primer rol como defensores de una ciudadanía informada y racional, y en segundo lugar, estarían respondiendo a los cambios en su papel de educadores, a medida que la enseñanza evoluciona desde que ha estado centrada en el profesor hacia una educación que se vuelve más centrada en el estudiante.

Es más probable que los profesores adopten el curriculum AMI si este está relacionado a estrategias pedagógicas que les ayuden a mejorar cómo imparten las materias tradicionales en las escuelas/colegios. El fomentar los cambios en el sector educativo daría como resultado la introducción de AMI y su impacto en el desarrollo profesional de los profesores se convertiría en importantes logros de este curriculum y su marco de competencias.

UNIFICANDO NOCIONES DE ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA E INFORMACIONAL

El Curriculum AMI y el Marco de Competencias de la UNESCO combina dos áreas distintas – alfabetización mediática y alfabetización informacional – bajo el paraguas del término: Alfabetización Mediática e Informacional. Parte desde dónde las terminologías tienen un significado individual, como lo demuestra la Figura 1[1], hacia una noción unificada que engloba los elementos tanto de alfabetización mediática como de alfabetización informacional y da a conocer las metas y objetivos de AMI.

Figura 1: Resultados Claves /Elementos de Alfabetización Mediática e Informacional

Alfabetización Informacional

Definir y articular necesidades de información	Localizar y evaluar información	Evaluar la información	Organizar información	Uso ético de la informacióonn	Comunicar Información	Uso del conocimiento de las TICs para procesar información

Alfabetización Mediática[2]

Entender el papel y las funciones de los medios en las sociedades democráticas	Entender las condiciones bajo las cuales los medios pueden cumplir sus funciones	Evaluar de una manera crítica el contenido de los medios a la luz de las funciones de los medios	Comprometerse con los medios para la auto-expresión y la participación democrática	Revisar destrezas (incluyendo TICs) necesarias para producir contenido generado por los usuarios

Por un lado, la alfabetización informacional enfatiza la importancia del acceso a la información, la evaluación y el uso ético de dicha información. Por otro lado, la alfabetización mediática enfatiza la habilidad para entender las funciones de los medios, evaluar cómo se desempeñan aquellas funciones y comprometerse racionalmente con los medios para la auto-expresión. El Curriculum AMI y Marco de Competencias para Profesores incorpora las dos ideas. Varias definiciones o conceptualizaciones de la educación en alfabetización mediática y la alfabetización informacional tienen que ver con las competencias que enfatizan el desarrollo de las destrezas basadas en la investigación y la capacidad de comprometerse conscientemente con los canales

1 Adaptado de Ralph Catts y Jesus Lau, 2008
2 Las destrezas TICs o la alfabetización digital no han sido subrayadas aquí a propósito. La intención no es darle menor importancia a las TICs sino más bien reconocer que esta tema ha sido ampliamente tratado en el UNESCO ICT Competency Stadards for Teachers, 2008

de medios e información, sin importar el tipo de tecnologías que estén utilizando.

Existen dos escuelas importantes de pensamiento que emergen de la relación entre estos dos campos de convergencia – alfabetización mediática y alfabetización informacional. Algunos consideran que la alfabetización informacional es un campo de estudio más amplio, en dónde la alfabetización mediática forma parte de esta, mientras que para otros, la alfabetización informacional es solamente una parte de la alfabetización mediática, la cual se ve como un campo más amplio. Sin embargo, un grupo internacional de expertos convocados por la UNESCO ha señalado las diferencias, así como también las relaciones entre los medios y los otros proveedores de información. Tomemos en cuenta las siguientes terminologías que utilizan varios expertos en el mundo:

- Alfabetización mediática
- Alfabetización informacional
- Alfabetización en libertad de expresión (LDE)
- Alfabetización en libertad de información (LDI)
- Alfabetización bibliotecaria
- Alfabetización de noticias
- Alfabetización computacional
- Alfabetización en Internet
- Alfabetización digital
- Alfabetización cinematográfica
- Alfabetización en juegos

Existen relaciones obvias entre estas nociones (ver Figura 2). En este documento del marco no se explican todos los vínculos. Sin embargo, algunos están sujetos a actividades relacionadas con el módulo de introducción (Módulo 1) del Curriculum AMI que la UNESCO ha producido. Aquí el punto vital es que a medida que los profesores se vuelvan más conocedores del campo AMI, se encontrarán con estos términos y por lo menos deben tener un entendimiento básico dentro de la materia que se imparta. Mucha de esta terminología sigue estando sujeta a un activo debate y se aplica de diferente manera, según el contexto profesional o cultural de las comunidades que las utilizan. A nivel mundial, muchas organizaciones utilizan el término educación de medios (media education en inglés) (ME), el cual a veces se acepta para designar tanto la alfabetización mediática como la alfabetización informacional. La UNESCO utiliza el término AMI con el fin de armonizar las diferentes nociones y poder convergir en las plataformas de entrega.

Este modelo del Curriculum AMI y el Marco de Competencias para profesores de la UNESCO tiene la intención de proveer sistemas de educación para profesores en países desarrollados y en desarrollo con un marco para construir un programa a fin de que los profesores sean alfabetizados en medios e información. La UNESCO también vislumbra que los educadores revisen este marco y asuman el reto de participar en un proceso colectivo para dar forma y enriquecer el curriculum como un documento viviente. Por esta razón, el curriculum se enfoca sólo en las competencias centrales requeridas y en las destrezas que pueden ser integradas en la educación existente de profesores sin causar demasiada tensión en los capacitadores de profesores (que ya están sobrecargados)

Figura 2: La Ecología de AMI: Nociones de AMI



LOS BENEFICIOS Y REQUISITOS DE AMI

La Alfabetización Mediática e Informacional enriquece la capacidad de las personas para disfrutar de sus derechos humanos fundamentales, de manera especial de acuerdo a lo que se halla expresado en el Artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos que establece que "Todo individuo tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión".

Los principales beneficios de AMI se encuentran en que:

1. El proceso de enseñanza y aprendizaje dota a los profesores de un conocimiento enriquecido para que puedan empoderar a los futuros ciudadanos.
2. La Alfabetización Mediática e Informacional imparte un conocimiento crucial sobre las funciones de los canales de medios e información en las sociedades democráticas, un entendimiento razonable sobre las condiciones necesarias para desempeñar estas funciones eficientemente y las destrezas básicas necesarias para evaluar el rendimiento de los proveedores de medios e información a la luz de las funciones esperadas.
3. Una sociedad que está alfabetizada en medios e información fortalece el desarrollo de medios y sistemas de información que sean libres, independientes y pluralistas.

Para poder disfrutar los beneficios de AMI, se requiere lo siguiente:

1. Se debe considerar a la alfabetización mediática e informacional como un todo que incluye una combinación de competencias (conocimiento, destrezas y actitudes) .
2. El Curriculum AMI debe permitir que los profesores enseñen a los estudiantes la Alfabetización Mediática e Informacional con el objetivo de proveerles de las herramientas esenciales para que ellos puedan involucrase en los canales de los medios e información como ciudadanos autónomos, jóvenes y racionales.
3. Los ciudadanos deben tener el conocimiento sobre la localización y el consumo de la información así como sobre la producción de dicha información.
4. Las mujeres, hombres y grupos marginados, así como las personas que viven con discapacidades, pueblos indígenas o minorías étnicas, deben tener igual acceso a la información y el conocimiento.
5. Se debe ver a AMI como una herramienta esencial para facilitar el diálogo intercultural, el entendimiento mutuo y el entendimiento cultural de las personas.

PRINCIPALES TEMAS DEL CURRICULUM AMI PARA PROFESORES

El Curriculum AMI y el marco de competencias se deben interpretar a la luz de los contextos específicos en los cuales el paquete se utilice. Es este sentido, es una herramienta flexible que se puede adaptar a los diferentes contextos de los países. Básicamente, el marco del curriculum explica una estructura para desarrollar un programa de estudios *sobre* la Alfabetización Mediática e Informacional *a través* de varios niveles de compromiso con los canales de medios e información. Estas competencias identifican el conocimiento, las destrezas y la actitud que se espera que se desarrollen gracias al curriculum.

En general, el Curriculum AMI que se encuentra en este paquete busca ayudar a los profesores a explorar y comprender lo que es AMI al abordar los siguientes puntos:

- Las funciones de los medios y los proveedores de información, cómo operan y cuáles son las condiciones óptimas que se necesitan para que desempeñen eficientemente estas funciones.
- Cómo la información presentada debe ser evaluada de una manera crítica dentro del contexto específico y amplio de su producción. .
- El concepto de independencia editorial y periodismo como una disciplina de verificación.
- Cómo los medios y otros proveedores de información pueden contribuir de una forma racional a promover las libertades fundamentales y el aprendizaje a lo largo de la vida, especialmente en lo que se refiere a cómo y porqué los jóvenes tienen acceso y utilizan los medios y la información en la actualidad, y cómo la seleccionan y la evalúan.
- Ética en los medios y en la información.
- Las capacidades, los derechos y las responsabilidades de los individuos en relación a los medios e información.
- Estándares internacionales (Declaración Universal de los Derechos Humanos) libertad de información, garantías constitucionales en relación a la libertad de expresión, limitaciones que se necesitan para evitar violaciones de los derechos de las personas (tales como discursos de odio, difamación y privacidad).
- Qué es lo que se espera de los medios y los otros proveedores de información (pluralismo y diversidad como norma).
- Fuentes de información y sistemas de almacenamiento y organización.
- Procesos de acceso, investigación, y determinación de las necesidades de información.
- Cómo entender, organizar, y evaluar la información, incluyendo la veracidad de las fuentes.
- La creación y la presentación de la información en una variedad de formatos.
- La preservación, almacenamiento, re-utilización, archivo y presentación de la información en formatos utilizables.
- Herramientas de localización y recuperación.

- El uso de la información para resolver problemas o tomar decisiones en los campos personales, económicos, sociales y políticos de la vida. A pesar de que este punto es tremendamente importante, representa una extensión de AMI que se halla más allá del alcance de este curriculum.

EL MARCO DEL CURRICULUM

Basado en las recomendaciones del grupo de expertos de la UNESCO sobre AMI y los módulos desarrollados en el curriculum que acompañan al marco, hay tres áreas temáticas principales que están interrelacionadas y que se han delineado de forma general dentro del curriculum, bajo las cuales el Curriculum AMI para Profesores se halla enmarcado. Estas son:

1. Conocimiento y entendimiento de los medios e información para los discursos democráticos y la participación social.
2. Evaluación de los textos mediáticos y fuentes de información.
3. Producción y uso de los medios y la información.

Estos han sido articulados en seis áreas principales de la educación en general para que los profesores los puedan desarrollar progresivamente y creen un marco curricular en dónde se pueda insertar el Marco del Curriculum AMI para Profesores de la UNESCO (ver Cuadro 1).

El marco del Curriculum AMI y los módulos curriculares que lo acompañan no son prescriptivos a fin de facilitar su adaptación a las estrategias globales, regionales y nacionales. (Ver el Proceso de Adaptación y las Estrategias de Integración en las secciones de la Introducción en la Parte 2 del Curriculum AMI para mayor información). Deben ser los suficientemente flexibles para encajar en los diferentes sistemas educativos e institucionales y deben estar hechos a la medida de las necesidades locales. Sin embargo, la UNESCO considera que cualquier exposición útil de los profesores a AMI, necesariamente debe incluir elementos que enfatizan las libertades fundamentales según se encuentran descritas en la Declaración Universal de los Derechos Humanos. El curriculum AMI, de cualquier manera, debe ayudar a desarrollar el entendimiento de los profesores sobre la importancia de estas libertades y derechos fundamentales como parte integral de una educación cívica, primero dentro del ambiente de clases y luego en el medio tanto local como global.

El curriculum AMI es relevante para los medios impresos y audiovisuales incluyendo los periódicos, libros, medios de difusión como radio y televisión, y las noticias a través de los medios en línea y de otros proveedores de información. Por lo tanto, no se debe ver a la capacitación de los profesores AMI como reservada sólo para aquellos que tienen acceso a las tecnologías avanzadas. Esto se aplica de igual forma a los contextos donde el uso de tecnologías avanzadas es limitado.

Cuadro 1: El Marco del Curriculum AMI para Profesores

DIMENSIONES DEL CURRICULUM

Áreas clave del curriculum	Conocimiento de los medios e información para el discurso democrático	Evaluación de los medios e información	Producción y uso de los medios e información
Política y Visión	Preparación de profesores alfabetizados en medios e información	Preparación de estudiantes alfabetizados en medios e información	Fomento de sociedades alfabetizadas en medior e información.
Curriculum y evaluación	Conocimiento de los medios, bibliotecas, archivos y otros proveedores de información, sus funciones y condiciones para utilizarlos.	Entender el criterio para evaluar los textos mediáticos y las fuentes de información	Destrezas para explorar cómo se produce la información y los textos mediáticos, el contexto social y cultural de la información y los medios de producción; usos de los ciudadanos; y para qué propósitos
Pedagogía	Integración de los medios e información en el discurso del aula	Evaluación del contenido de los medios y los proveedores de información para la resolución de problemas	Contenido generado por el usuario y utilizado en la enseñanza y el aprendizaje
Medios e información [4]	Medios impresos – periódicos y revistas, proveedores de información – bibliotecas, archivos, museos, libros, diarios, etc	Medios de difusión – radio y televisión	Nuevos medios – Internet, redes sociales, plataformas de entrega (computadoras, teléfonos móviles, etc.)
Organización y administración	Conocimiento de la organización del aula	Colaboración a través de la alfabetización mediática e informacional	Aplicación de alfabetización mediática e informacional al aprendizaje a lo largo de la vida
Desarrollo profesional de los profesores	Conocimiento de AMI para la educación cívica, participación en la comunidad profesional y gobierno de sus sociedades	Evaluación y manejo de recursos mediáticos y de información para aprendizaje profesional	Liderazgo y ciudadano modelo; abogar por la promoción y uso de AMI para el desarrollo de profesores y estudiantes

3 En este marco las TICs fueron reemplazadas por "medios e información" para articular una nueva dimensión o una adición a los seis componentes del sistema educativo. La intención no es restar importancia a las TICs sino más bien reconocer que ya han sido abordadas en forma extensa en los Estándares de Competencia de las TICs de la UNESCO, 2008

POLÍTICA Y VISIÓN

Se requieren políticas nacionales para garantizar la inclusión sistemática y progresiva de AMI en todos los niveles del sistema educativo. El punto de partida será el entendimiento de las políticas de educación, que posibilitan las leyes de libertad de expresión y la libertad de información y otros instrumentos internacionales de libertades y su vinculación con las políticas de alfabetización mediática e informacional. Donde no existan las políticas AMI la posición debería ser: ¿Qué papel podrían tener los profesores para hacer abogacía a favor de ellos? ¿Si esto ya existe, qué tan relevantes o actualizados están? ¿Hasta qué punto reflejan los estándares internacionales o las mejores prácticas? ¿Cómo se pueden actualizar? Por lo tanto, un aspecto importante del curriculum AMI es la discusión sobre "la política y la visión" de la alfabetización mediática e informacional, y sus implicaciones para la educación en general y para la educación de los profesores en particular. Esta discusión debería llevar a un análisis de la política y la visión y cómo estas se relacionan con la preparación de profesores y estudiantes que sean alfabetizados en medios e información. Finalmente, se debería llamar la atención sobre el papel que tienen los profesores para promover sociedades alfabetizadas en medios e información.

CONOCIMIENTO ACERCA DE LOS MEDIOS E INFORMACIÓN PARA EL DISCURSO DEMOCRÁTICO Y LA PARTICIPACIÓN SOCIAL

El objetivo de esta amplia área temática es el desarrollar un entendimiento crítico de cómo los medios y la información pueden mejorar la habilidad de los profesores, estudiantes y ciudadanos en general para que se comprometan con los medios y utilicen las bibliotecas, archivos y otros proveedores de información como herramientas para la libertad de expresión, el pluralismo, el diálogo intercultural y la tolerancia y como ciudadanos que aportan al debate democrático y al buen gobierno. La Figura 3 al final de esta sección demuestra esta relación. Este tema abarca una variedad de materias que se superponen en relación a la función y la importancia de los medios e información, incluyendo:

- Proveer canales a través de los cuales los ciudadanos pueden comunicarse entre ellos;
- Difundir historias, ideas e información;

- Corregir las asimetrías de información entre los gobernantes y los gobernados y los agentes privados competentes;
- Facilitar debates informados entre los diversos actores sociales y fomentar la resolución de disputas a través de medios democráticos;
- Proveer medios a través de los cuales la sociedad aprenda sobre si misma y construya un sentido de comunidad;
- Proveer un vehículo para la expresión cultural y la cohesión dentro y entre naciones;
- Actuar como fiscalizadores del gobierno en todas sus formas, promoviendo la transparencia en la vida pública y el escrutinio público de aquellos que se hallan en el poder al exponer la corrupción y las malas prácticas corporativas;
- Trabajar como una herramienta para mejorar la eficiencia económica;
- Facilitar los procesos democráticos y ayudar a garantizar elecciones libres y democráticas;
- Actuar como un defensor y un actor social en su propio derecho respetando los valores pluralistas (por ej. órganos de información pública);
- Tener una función de memoria colectiva para la sociedad (por ej. bibliotecas);
- Preservar el patrimonio cultural;
- Proporcionar una puerta a la información;
- Ayudar a establecer puentes al dar acceso al público en general;
- Permitir que se vea a las bibliotecas como agencias de información y centros de recursos de aprendizaje;
- Promover el uso de todos los recursos de información en las bibliotecas;
- Facilitar la enseñanza, el aprendizaje y el aprender a aprender (alfabetización informacional) a través de bibliotecas académicas; y
- Educar al usuario de las bibliotecas.

(Adaptado de los Indicadores de Desarrollo Mediático de la UNESCO, 2008)

Los pilares fundamentales de un buen gobierno – es decir, la transparencia, la rendición de cuentas y la participación cívica – son difíciles de alcanzar si no se tienen sistemas de medios e información que sean abiertos. Estos sistemas pueden servir para estimular que una sociedad civil sea vibrante o posea una "cultura cívica". Estas funciones de servicio incluyen:

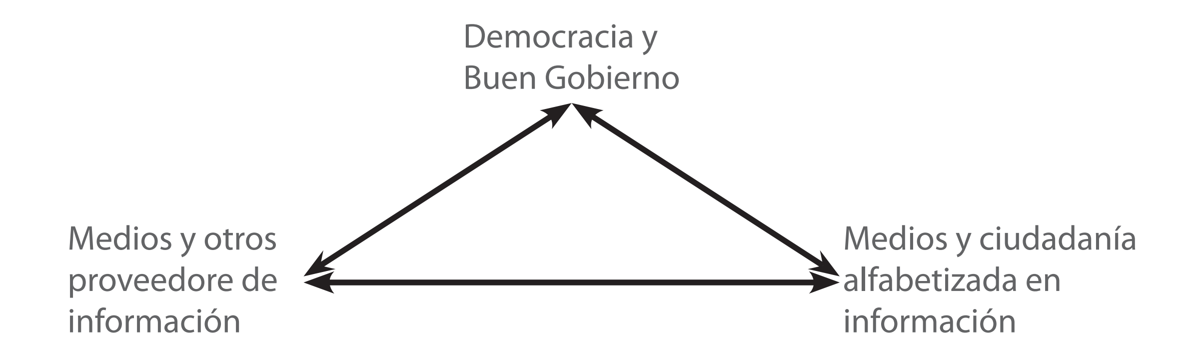
- Dar información y conocimiento que se puedan comprender y que sean relevantes para los diferentes grupos de personas
- Infundir lealtad y compromiso permanente hacia los valores y procedimientos que sustentan la democracia y el buen gobierno.

El Curriculum AMI da a los profesores, el contenido necesario para desarrollar destrezas al integrar la alfabetización mediática e informacional en sus prácticas en el aula de una manera en la que se valora las voces de los estudiantes y es sensible a la representación de género. Aquí el tema es cómo una persona se puede comprometer con los medios y recursos de información para auto-expresarse y amplificar las voces individuales a fin de que se puedan desarrollar diferentes entendimientos y perspectivas.

Los medios y los proveedores de información hacen que las plataformas estén disponibles para ampliar la participación en el aprendizaje profesional. En algunos países, incluso pueden ser utilizadas para una educación abierta y a distancia (ODL en inglés) y para contribuir al desarrollo profesional (CPD en inglés) de los profesores. El Curriculum

explora cómo los diferentes medios y recursos de información pueden ser utilizados para mejorar la participación de los profesores en sus propias comunidades profesionales. Los profesores que trabajan en los diferentes contextos sociales y ubicaciones geográficas pueden compartir el conocimiento y la información sobre el aprendizaje profesional y las prácticas.

Figura 3: AMI y su importancia para la Democracia y el Buen Gobierno



EVALUACION DE LOS MEDIOS Y DE LA INFORMACIÓN

La resolución de problemas y el pensamiento crítico son la parte central del aprendizaje en todas las materias de escuela/colegio así como en la vida diaria. Los problemas se transforman en oportunidades para poder hacer una evaluación crítica de los textos mediáticos y la información que proviene de diferentes fuentes.

El objetivo es incrementar la capacidad de los profesores para evaluar las fuentes y valorar la información basada en las funciones particulares del servicio público que normalmente se atribuyen a los medios, bibliotecas, archivos y otros proveedores de la información. Otro objetivo constituye el equipar a los profesores con conocimiento de las acciones que se pueden tomar cuando estos sistemas se desvían de sus roles esperados. Los profesores deben tener la capacidad de examinar y entender cómo se produce el contenido de los medios y otra información, cómo la información que estos sistemas presentan puede ser evaluada, y cómo se pueden utilizar los medios y la información para distintos propósitos. Más aún, los profesores deben tener la capacidad de explorar el tema de la representación de varios medios y sistemas de información y las formas en como la diversidad y la pluralidad se abordan tanto en los medios locales como globales.

Finalmente, los profesores deberían desarrollar la capacidad de evaluar cómo los estudiantes interpretan los mensajes de los medios y la información que proviene de una variedad de fuentes.

PRODUCCIÓN Y USO DE LOS MEDIOS Y DE LA INFORMACIÓN

El Curriculum AMI otorga a los profesores competencias para que tomen parte en los medios y plataformas de información, para que se comuniquen de una forma significativa y que se auto-expresen. Esto incluye un conocimiento de la ética de los medios e información basada en estándares internacionales e incluye competencias interculturales. Las destrezas que los profesores deben adquirir son la capacidad de seleccionar, adaptar y/o desarrollar materiales de alfabetización mediática e informacional y herramientas para un grupo establecido de objetivos de instrucción y cubrir las necesidades de aprendizaje de los estudiantes. Adicionalmente, los profesores deberían desarrollar destrezas para ayudar a los estudiantes a aplicar estas herramientas y recursos en su aprendizaje, especialmente en relación a la investigación y a la producción de medios.

La producción y el uso de los medios deberían fomentar una pedagogía centrada en el alumno que incentive la investigación para que los alumnos utilicen el pensamiento reflexivo. El aprender haciendo es una parte importante de la adquisición del conocimiento en el siglo XXI. La producción de medios da paso a que los estudiantes se puedan sumergir en el aprendizaje al adquirir conocimiento a través de la producción de textos e imágenes en un ambiente participativo. Si los estudiantes van a desarrollar sus competencias a través de aprendizaje participativo, es importante que los profesores tengan un papel activo dentro de este proceso.

El contenido generado por el usuario se está convirtiendo en una atracción dominante tanto para los medios nuevos como tradicionales. La interacción en las plataformas de redes sociales con otros usuarios cada vez es más importante y razón por la cual las personas jóvenes están accediendo a Internet a través de varias plataformas de entrega. Esto no está limitado sólo a los países desarrollados: en África y Asia del Sur, cada vez más y más ciudadanos tienen acceso a los medios móviles y los utilizan para recibir y enviar mensajes y participar en debates sobre temas sociales y políticos que afectan sus vidas.

A medida que los profesores desarrollen competencias y confianza para producir y utilizar los medios y la información en sus prácticas instructivas, se están encaminando a convertirse en líderes al promover la alfabetización mediática e informacional dentro del curriculum de las escuelas/colegios. A medida que incrementen su habilidad para enseñar AMI en una variedad de funciones, los profesores se convierten en los campeones de AMI dentro el sistema educativo y fomentan una sociedad más amplia.

COMPETENCIAS CENTRALES PARA LOS PROFESORES

El Cuadro 2 provee las metas amplias del Curriculum y están asociadas con las destrezas de los profesores. Estas destrezas reflejan las competencias centrales que se espera que los profesores puedan adquirir y demostrar bajo cada uno de los elementos del marco del Curriculum AMI. Es importante evaluar hasta qué punto los profesores han desarrollado las destrezas relevantes a las áreas del Curriculum. El Cuadro 2 provee lo que deberían ser las expectativas de los resultados generales.

Cuadro 2: Metas y Destrezas para los profesores en el Curriculum AMI de la UNESCO

Áreas del Curriculum	Metas del Curriculum	Destrezas para Profesores
Política y visión	Sensibilizar a los profesores hacia las políticas y visión necesarias para AMI	Losprofesoresdebencomprenderlaspolíticasnecesariaspara promover AMI y cómo estas se pueden lograr en la educación (en la sociedad). Deben entender como AMI contribuye a las destrezasdevidayaunmayordesarrollodentrodelcontextode la educación civil.
Curriculum y evaluación	Enfatizar el uso de los recursos AMI y su aplicación	Los profesores deben entender cómo se puede utilizar la alfabetización mediática e informacional dentro del curriculum educativo. Deben ser capaces de evaluar de una manera crítica los textos mediáticos y las fuentes de información a la luz de las funciones que se atribuyen a los órganos de información pública y a otros proveedores de información. Y para tal propósito deben seleccionar una gran gama de material de los medios y recursos de información. Deben tener las destrezas necesarias para evaluar la comprensión que los estudiantes tengan sobre AMI.
Alfabetización Mediática e Informacional	Mejorar el conocimiento de una amplia gama de medios y otros proveedores de información tales como bibliotecas, archivos e Internet.	Los profesores deben saber y comprender cómo los medios y otros proveedores de información han evolucionado hasta el presente. Tienen que desarrollar las destrezas al utilizar las tecnologías disponibles para llegar a diferentes audiencias, desde los medios que se basan en la imprenta hasta los órganos de información pública. Deben ser capaces de utilizar los distintos tipos de medios y recursos de información para desarrollar un pensamiento crítico y destrezas de resolución de problemas y extender estos hacia sus estudiantes.
Organización y administración	Mejorar la capacidad de los profesores para organizar el espacio del aula para alcanzar una participación eficiente durante todo el proceso de enseñanza y aprendizaje, y que los medios y los recursos de información sean una parte integral de este logro.	Losprofesoresqueestánalfabetizadosenmedioseinformación deben entender la organización de una clase; ser capaces de crearcondicionesdeenseñanzayaprendizajequemaximicen el uso de varios medios y otros proveedores de información para una educación cívica y un aprendizaje a lo largo de toda la vida, incluyendo destrezas para organizar el aprendizaje de tal manera que las clases se conviertan en un espacio donde se respetan las diferentes visiones y perspectivas independientemente de dónde provengan o del género.

Áreas del Curriculum	Metas del Curriculum	Destrezas para Profesores
Pedagogía	Lograr cambios efectivos en las prácticas pedagógicas de los profesores que se requieran para la enseñanza sobre la alfabetización mediática e informacional.	Los profesores que están alfabetizados en medios e información deben adquirir las destrezas pedagógicas necesarias para enseñar alfabetización mediática e informacional a sus estudiantes. Deben tener la habilidad de enseñar AMI desde una perspectiva del buen gobierno, el desarrollo y el diálogo intercultural. Deben adquirir conocimiento sobre las interacciones de los estudiantes con y en respuesta a los medios como un primer paso para sustentar el aprendizaje de alfabetización mediática e informacional. Los profesores también deben comprender los conceptos centrales, las herramientas de investigación y las estructuras de la disciplina de AMI para crear experiencias de aprendizaje que sean relevantes para los estudiantes y que puedan prepararlos para su papel como ciudadanos.
Desarrollo profesional de los profesores	Promover un enfoque en la educación para profesores sobre la aplicación de los medios y los recursos de información para un aprendizaje a lo largo de toda la vida y el desarrollo profesional.	Deben tener las destrezas necesarias para utilizar los medios y la tecnología para tener acceso a la información y adquirir conocimiento sobre las materias y la pedagogía para fortalecer su propio desarrollo profesional

Este marco introduce nueve módulos centrales, dos módulos opcionales y tres unidades opcionales para enriquecer el Curriculum AMI. Los módulos proveen un bosquejo del contenido y las actividades que los profesores y las instituciones de educación pueden adaptar para los profesores en sus países respectivos. La siguiente lista de competencias, ligadas a los módulos del Curriculum AMI, unidades y temas, destaca el conocimiento específico y las destrezas que los profesores deben adquirir a medida que avanzan a través de los módulos. En el caso en que se seleccionen los módulos para un programa particular de educación a profesores sobre AMI, estos deberán cubrir la mayoría de competencias posibles.

AMI Competencia 1: Entendiendo el Papel de los Medios y de la Información en la Democracia

Los módulos del Curriculum AMI que se relacionan con esta competencia incluyen:

Módulo 1, Ciudadanía, Libertad de Expresión e Información, Acceso a la Información, Discurso Democrático y Aprendizaje a lo largo de toda la vida; Módulo 2, Comprendiendo los órganos de información pública y la Ética en la Información; Módulo 9, Comunicación, AMI y Aprendizaje Módulo Culminante

El profesor AMI empezará a familiarizarse con las funciones de los medios y otros proveedores de información y a comprender la importancia que tienen para la ciudadanía y para la toma de decisiones informada.

Los resultados de esta destreza deberán incluir la habilidad de los profesores para:

ó Identificar, describir y evaluar las funciones del servicio público de los medios y otros proveedores de información en las sociedades democráticas.

- Demostrar el entendimiento de los conceptos claves tales como libertad de expresión, acceso a la información y los derechos fundamentales establecidos en el Artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos (DUDH).
- Interpretar y describir la relación entre alfabetización mediática e informacional, ciudadanía y democracia.
- Describir el pluralismo en los medios y otros proveedores de información como plataformas para el diálogo intercultural y la razón de su importancia.
- Describir lo que es independencia editorial.
- Explicar el periodismo como una disciplina de verificación, dentro de la misión del servicio público.
- Describir la ética en los medios y la información, y ser capaz de identificar si ésta ha sido violada.

AMI Competencia 2: Comprensión del Contenido de los Medios y sus Usos

Los módulos en el Curriculum AMI que se relacionan con esta competencia incluyen:

Módulo 2, Comprensión de la Ética en las Noticias, Medios e Información; **Módulo 3,** Representación en los Medios e Información; **Módulo 4,** Lenguaje en los Medios e Información; **Módulo 10,** Audiencia; **Módulo 5,** Publicidad.

El profesor AMI debe ser capaz de demostrar conocimiento y entendimiento sobre las formas en que las personas utilizan los medios en sus vidas personales y públicas, las relaciones entre los ciudadanos y el contenido de los medios así como el uso de los medios para una variedad de propósitos.

Los resultados de estas competencias deberán incluir la habilidad de los profesores para:

- Interpretar y hacer conexiones entre los textos de los medios, el contexto y los valores que se proyectan a través de los medios.
- Utilizar estrategias para analizar los estereotipos en los medios (por ej. reconocer los estereotipos que benefician a los intereses de algunos grupos en la sociedad en detrimento de otros; identificar las técnicas que se utilizan en los medios visuales que sirven para perpetuar los estereotipos).
- Identificar, analizar y criticar una variedad de técnicas que se utilizan en la publicidad y que van en contra de los estándares internacionales de códigos de práctica.
- Explorar las representaciones, las representaciones erróneas y la falta de representación en los medios y textos de información.
- Comprender y describir las características y la importancia de la transmisión del servicio público (PSB en Inglés).

AMI Competencia 3: Acceso a la Información de una manera Eficaz y Eficiente

Los módulos del Curriculum AMI relacionados con esta competencia incluyen:

Módulo 1, Libertad de Expresión e Información para los Ciudadanos, Acceso a la Información, Discurso Democrático y Aprendizaje a lo largo de toda vida; **Módulo 7,** Oportunidades y Retos en Internet; **Módulo 8 ,**Alfabetización Informacional y Destrezas Bibliotecarias.

El Profesor AMI deberá tener la capacidad para determinar el tipo de información que se requiere para una tarea en particular y el acceso a la información de una manera eficaz y eficiente.

Los resultados de esta competencia deberán incluir la habilidad de los profesores para:

- Seleccionar eficaz y eficientemente los enfoques para acceder a la información que él/ella requieren para propósitos de investigación y recolección de información.
- Identificar palabras claves y los términos relacionados para acceder a la información necesaria.
- Identificar una variedad de tipos y formatos de potenciales fuentes de información.
- Describir el criterio utilizado para tomar decisiones o elegir la información.
- Identificar una variedad de tipos y formatos de potenciales fuentes de información.

AMI Competencia 4: Evaluación Crítica de la Información y las Fuentes de Información.

Los módulos del Curriculum AMI que se relacionan con esta competencia incluyen:

Módulo 3, Representación en los Medios e Información; **Módulo 5,** Publicidad; **Módulo 7,** Oportunidades y Retos en el Internet; **Module 8,** Alfabetización Informacional y Destrezas Bibliotecarias; **Módulo 9,** Comunicación, AMI y Aprendizaje – Módulo Culminante.

El profesor AMI será capaz de evaluar de una manera crítica la información y sus fuentes e incorporar la información seleccionada a la resolución de problemas y al análisis de ideas.

Los resultados de esta competencia deberán incluir la habilidad de los profesores para:

- Demostrar la habilidad para examinar y comparar la información de distintas fuentes a fin de evaluar si es confiable, válida, exacta, tiene autoridad, es oportuna y si existen sesgos.
- Utilizar una variedad de criterios (por ej. claridad, precisión, eficacia, sesgo, hechos relevantes) para evaluar los medios de información (por ej. sitios en la red, documentales, propaganda, programas de noticias).
- Reconocer el perjuicio, engaño o manipulación.
- Reconocer los contextos culturales, sociales y otros dentro de los cuales la información fue creada y comprender el impacto del contexto al interpretar la información.
- Comprender el rango de las tecnologías relacionadas con los medios y estudiar la interacción de ideas.
- Comparar el nuevo conocimiento con el conocimiento previo y determinar el valor añadido, las contradicciones u otras características únicas de la información.
- Determinar la probable veracidad al cuestionar las fuentes de los datos, limitaciones en las herramientas o estrategias de recolección de información y la razonabilidad de las conclusiones.
- Utilizar un rango de estrategias para interpretar los textos de los medios (por ej. sacar conclusiones, hacer generalizaciones, hacer una síntesis de los materiales revisados, referirse a imágenes o información en los medios visuales que apoyen un punto de vista, analizar un texto para determinar los perjuicios subyacentes y decodificar el subtexto).

AMI Competencia 5: Aplicando los Formatos Nuevos y Tradicionales en los Medios

Los módulos del Curriculum AMI que se relacionan con esta competencia incluyen

Módulo 6, Medios Nuevos y Tradicionales; **Módulo 7,** Oportunidades y Retos de Internet; **Módulo 3,** Unidad 5 Edición Digital y Retoque en Computadora; **Módulo 4,** Unidad 4, Planos de cámara y Ángulos que transmiten un significado.

El profesor AMI será capaz de comprender los usos de la tecnología digital, las herramientas de comunicación y las redes para la recolección de la información y la toma de decisiones.

Los resultados de esta competencia deberán incluir la habilidad de los profesores para:

- Entender lo básico de la tecnología digital, herramientas de comunicación y redes, y su uso en los diferentes contextos y para los diferentes propósitos.
- Utilizar una amplia gama de “textos” de los medios para poder expresar sus propias ideas a través de varias formas de medios (por. ej. impresión tradicional, electrónica, digital, etc.).
- Emprender búsquedas básicas de información en línea.
- Entender los propósitos para los cuales los jóvenes utilizan el Internet.

AMI Competencia 6:: Situando el Contexto Sociocultural del Contenido de los Medios.

Los módulos del Curriculum AMI que se relacionan con esta competencia incluyen:

Módulo 1, Ciudadanía, Libertad de Expresión e Información, Discurso Democrático y Aprendizaje a lo largo de toda la vida; **Módulo 2,** Comprendiendo los Órganos de Información Pública y la Ética Informativa; **Módulo 3,** Representación en Medios e Información; Módulo 11, Los Medios en el Contexto Global.

El profesor AMI será capaz de demostrar que el conocimiento y el entendimiento del contenido de los medios se produce dentro de contextos sociales y culturales.

Los resultados de esta competencia deberán incluir la habilidad de los profesores para:

- Analizar y explicar cómo las reglas y las expectativas de los géneros que gobiernan los medios pueden ser manipulados para efectos o propósitos particulares.
- Producir textos de medios que presenten las diversas perspectivas y representaciones.
- Describir a los medios y otros proveedores de información como una plataforma para el diálogo intercultural.
- Demostrar la habilidad para evaluar críticamente el contenido de los medios locales y los mensajes recibidos o creados por ellos para una ciudadanía democrática y diversidad cultural.
- Entender cómo la edición da forma al significado en los medios visuales y sus mensajes (por ej. omisión de perspectivas alternativas, puntos de vista filtrados o implícitos, énfasis en ideas específicas, etc).

AMI Competencia 7: Promover AMI entre los Estudiantes y Manejo de los Cambios Requeridos.

Los módulos del Curriculum AMI que se relacionan con esta competencia incluyen:

Módulo 1, Ciudadanía, Libertad de Expresión e Información, Discurso Democrático y Aprendizaje lo largo de toda la vida; **Módulo 9,** Comunicación, AMI y Aprendizaje – Módulo Culminante; Medios e Información para el Aprendizaje, Discurso Democrático; y todos los otros Módulos.

El profesor AMI será capaz de utilizar el conocimiento y las destrezas adquiridas a través de su capacitación en AMI para promover la alfabetización mediática e informacional entre los estudiantes y será capaz de manejar los cambios relacionados con el ambiente de la escuela/colegio.

Los resultados de esta competencia deberán incluir la habilidad de los profesores para:

- ó Entender cómo los diferentes estudiantes interpretan y aplican los productos de los medios y eventos en sus propias vidas.
- ó Entender y utilizar una variedad de actividades instructivas para fomentar las destrezas de los estudiantes en los medios y en la alfabetización informacional.
- ó Demostrar una capacidad para ayudar a los estudiantes a seleccionar los enfoques más apropiados (por ej. sistemas de recolección de información) para tener acceso a la información necesaria.
- ó Demostrar la habilidad para ayudar a los estudiantes a evaluar la información y sus fuentes de una manera crítica al mismo tiempo que incorpora una información relevante a su base de conocimientos.
- ó Utilizar el conocimiento de las técnicas de comunicación mediática verbal y no verbal de forma eficiente para promover la investigación activa, la colaboración y la comunicación libre y abierta entre los estudiantes.
- ó Entender y utilizar estrategias de evaluación formal e informal para desarrollar conocimientos y destrezas para una lectura crítica, que los estudiantes puedan ver y escuchar entre ellos.
- ó Usar las herramientas de alfabetización mediática e informacional para promover un medio ambiente de aprendizaje en dónde los estudiantes participen más.
- ó Utilizar tecnologías viejas y nuevas para crear un vínculo entre el aprendizaje de la escuela/colegio y fuera de este ámbito, especialmente para aquellos estudiantes que están siendo alienados de la escuela/colegio.
- ó Usar las TICs en el aula para ayudar a que los estudiantes puedan descubrir las TICs y los recursos en los medios que están disponibles para ellos y cómo los pueden utilizar dentro de su aprendizaje.
- ó Usar la alfabetización mediática e informacional para ampliar la participación en el aprendizaje.
- ó Utilizar el conocimiento y las destrezas adquiridas a través de estas capacitaciones para desarrollar las destrezas de sus estudiantes a fin de que utilicen los medios y recursos bibliotecarios como herramientas para la investigación y aprendizaje.
- ó Utilizar el conocimiento y las destrezas adquiridas a través de estas capacitaciones para desarrollar las destrezas de sus estudiantes para evaluar los medios e información y entender los temas éticos relacionados con la alfabetización mediática e informacional

PEDAGOGÍA EN LA ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE DE AMI; UTILIZANDO EL CURRICULUM

Los siguientes enfoques pedagógicos apuntalan las estrategias que se utilizan a lo largo de los Módulos del Curriculum AMI:

I. Enfoque de Enseñanza Reflexiva

La enseñanza reflexiva es un método centrado en el alumno donde el enfoque de la indagación se halla en temas relacionados con la alfabetización mediática e informacional en la sociedad contemporánea. Incorpora muchos de los aspectos asociados con el aprendizaje reflexivo, resolución de problemas y toma de decisiones, dónde los estudiantes adquieren nuevos conocimientos y destrezas a través de las siguientes etapas de reflexión o indagación: identificación del tema; reconocimiento de las actitudes y creencias subyacentes: aclaración de los hechos y principios del tema: localizar, organizar y analizar la evidencia; interpretación y resolución del tema, tomar acciones y evaluar las consecuencias y los resultados de cada fase. Es un método apropiado para enseñar AMI a los estudiantes ya que les da la oportunidad de explorar los temas en mayor profundidad.

Ejemplos del enfoque de enseñanza reflexiva en AMI incluyen: explorar los retratos de género y raza a través de un análisis de medios; explorar la privacidad y los medios a través de un análisis primario y secundario de los medios; explorar el cyber-bullying (ciber-acoso) a través de una investigación etnográfica.

II. Aprendizaje basado en problemas

El aprendizaje basado en problemas es un desarrollo curricular y un sistema de instrucción que incrementa simultáneamente las bases y destrezas del conocimiento interdisciplinario de los estudiantes así como las estrategias de pensamiento crítico y resolución de problemas. Esto se originó en la Facultad de Medicina de la Universidad McMaster en Ontario, Canadá. Altamente estructurado, es un modo de aprendizaje cooperativo para fortalecer tanto el conocimiento individual como colectivo al involucrar a los estudiantes en una reflexión típica y profunda sobre los problemas de la vida real. Los objetivos de aprendizaje, las preguntas de reflexión, los métodos y los resultados, son manejados por los estudiantes.

Un ejemplo de un aprendizaje basado en problemas en AMI incluye el diseño de una campaña eficiente de mercadeo social para una audiencia en particular.

III. Indagación Científica

La indagación científica se refiere a una variedad de técnicas que los científicos utilizan para explorar el mundo natural y proponen explicaciones basadas en la evidencia que ellos encuentran. A menudo, el proceso de indagación se expresa como un grupo simplificado de pasos que se denomina el ciclo de la indagación, el cual comprende actividades como: realizar observaciones; hacer preguntas; descubrir lo que ya se sabe; planificar investigaciones; revisar el conocimiento previo a la luz de la evidencia experimental; utilizando herramientas para recolectar, analizar e interpretar los datos; proponer explicaciones y comunicar los resultados. Este método también se puede adaptar a la enseñanza de alfabetización mediática e informacional.

Ejemplos de esta indagación científica incluyen: investigar el impacto de la violencia en los medios; investigar los roles de las comunidades en línea.

IV. Estudio de Caso

El método de estudio de caso conlleva un examen en profundidad de una sola instancia o evento. Esto se practica extensivamente en la escuela de Negocios de Harvard en dónde los estudiantes universitarios utilizan los sucesos de la vida real para ver cómo el conocimiento teórico puede ser aplicado en los casos reales.

Este enfoque se puede adaptar a la enseñanza de AMI a medida que los estudiantes estén expuestos diariamente a las distintas formas de mensajes de los medios y otros proveedores de información. Ofrece una forma sistemática para observar los eventos, recolectar información, analizar la información e informar acerca de los resultados, lo que a la vez brinda apoyo al aprendizaje basado en la indagación entre los alumnos. De esta forma los estudiantes pueden ganar un mayor conocimiento de cómo los eventos o instancias se sucedieron de la forma que lo hicieron. El estudio de caso también se presta para generar y validar hipótesis.

Por ejemplo, los estudiantes podrían realizar un estudio de caso de la estrategia utilizada en una campaña de mercadeo y producir una película exitosa, un libro de éxito editorial, u otro producto de alto perfil en los medios.

V. Aprendizaje Cooperativo

El aprendizaje cooperativo se refiere al enfoque de aprendizaje que coloca a los estudiantes a trabajar juntos para alcanzar metas compartidas. El aprendizaje cooperativo puede ir desde el simple trabajo en parejas hacia un modo más complejo como el aprendizaje de un proyecto, aprendizaje *jigsaw* (en grupos escalonados), preguntas guiadas por los pares y enseñanza recíproca, todo lo cual busca producir ganancias en el aprendizaje como son el desarrollo de entendimientos conceptuales y pensamiento de orden superior, mejores

destrezas interpersonales, actitudes más positivas hacia la escuela/colegio y el ser, y la exploración de cómo manejar la heterogeneidad académica en las aulas con un gran rango de logros en las destrezas básicas. Este es un método apropiado en la enseñanza y aprendizaje de la educación de medios ya que requiere que se compartan las ideas de uno a otro.

Un ejemplo de este aprendizaje cooperativo: Trabajando en conjunto en un espacio Wiki (wiki space).

VI. Análisis de Textos

Los estudiantes aprenden a analizar los textos al identificar los códigos y convenciones que se utilizan dentro de los varios géneros en los medios. Este análisis semiótico debería buscar fortalecer el entendimiento de los principales conceptos. Por lo tanto, los estudiantes aprenden a identificar cómo los códigos lingüísticos y las convenciones se utilizan para crear tipos especiales de representaciones que atraen a ciertas audiencias. Se enseña a los estudiantes a identificar los códigos "técnicos", "simbólicos" y "narrativos" de cualquier texto en los medios. Donde sea posible, este tipo de análisis de textos se desarrollará en un contexto relevante, en lugar de ser sólo un ejercicio académico por sí mismo.

Ejemplo: se puede solicitar a los estudiantes que elijan una pieza de un texto de los medios que les interesa. Esto puede ser un artículo de noticias, un video de YouTube, o un video clip de una noticia de una fuente en línea. Se divide a los estudiantes en grupos y se los guía para que analicen la audiencia, el propósito, el autor, la técnica/características del texto y contexto.

VII. Análisis Contextual

Se enseña a los estudiantes a realizar un análisis de contexto básico, especialmente en relación a los conceptos claves de las instituciones y tecnologías, y también en relación a una serie de enfoques teóricos.

Algunos ejemplos del análisis contextual y la pedagogía incluyen: ayudar a los estudiantes a aprender sobre temas como: clasificación de sistemas para filmación, televisión y juegos de video que operan en Australia; cómo la propiedad de los medios y la concentración se relaciona con temas de democracia y libertad de expresión.

VIII. Traducciones

Este enfoque pedagógico puede tomar varias formas y se puede utilizar en una variedad de contextos mediáticos. Los estudiantes pueden tomar un artículo de periódico que ellos han escrito sobre algún incidente en la universidad y lo pueden transformar o traducir a una historia para un podcast radial, o pueden ver una pequeña sección de una película de niños y luego trabajar en pequeños grupos para hacer un *storyboard* en dónde se

encuentra escrita la historia que corresponde a la escena, identificando las tomas, ángulos y transiciones que se han utilizado.

Otros ejemplos: Los estudiantes también pueden utilizar un cuento de hadas y convertirlo en un storyboard en dónde se cuenta la historia que va a ser filmada. O pueden recolectar una variedad de material visual existente relacionado con la vida de una persona y utilizar esto como un punto de partida para hacer un documental corto sobre dicha persona.

IX. Simulaciones

A menudo se utiliza la simulación como una estrategia en una película y para las unidades de un curriculum sobre medios. Los tutores usan la simulación para demostrar a los estudiantes cómo se "ve" el aprendizaje de los medios. Es decir, el tutor asume el papel de un profesor de clase y los aprendices actúan como estudiantes de escuela, por lo menos en los términos para poder llevar a cabo las actividades. Luego, esta estrategia se discute junto con los estudiantes como parte de un proceso pedagógico.

Algunos ejemplos incluyen: los estudiantes que asumen el papel de un equipo de producción de un documental que va a producir un programa de televisión orientado a los jóvenes, o de periodistas de radio/Internet que están entrevistando a un profesor de medios para hacer un podcast., o un equipo de mercadeo de una universidad que está haciendo un video promocional sobre la vida de la universidad que está dirigido a los futuros estudiantes.

X. Producción

Este enfoque implica el aprender haciendo, esto representa un aspecto importante en la adquisición de conocimientos en el siglo XXI. Se incentiva a los estudiantes a que exploren el aprendizaje a un nivel más profundo y significativo. La producción de medios y contenidos de información ofrece a los estudiantes una oportunidad de inmersión en el aprendizaje explorando y haciendo ellos mismos. A través de la producción de textos mediáticos (por ejemplo audio, video e impresos) los estudiantes son capaces de explorar su creatividad y expresarse con sus propias voces, ideas y perspectivas.

Los ejemplos incluyen: los estudiantes utilizan software como el *iMovie o Moviemaker* (o cualquier otra fuente similar libre y abierta de software) para hacer una historia digital que dure un minuto sobre un tema ambiental o cualquier otro tema de interés.

Apéndice: Recursos Seleccionados para Alfabetización Mediática e Informacional

1. Educación Mediática: Un Paquete para Profesores, Padres y Profesionales

Este documento está publicado por la UNESCO en árabe, inglés y francés. El paquete es parcialmente un producto del proyecto MENTOR iniciado por la UNESCO y que recibe el apoyo de la Comisión Europea. Fue el primer intento para desarrollar un paquete de herramientas integrales en el campo de AMI. Este Curriculum de Alfabetización Mediática e Informacional para profesores complementa y fortalece el paquete de herramientas con un enfoque especial en la educación de profesores.

Las preguntas que aborda este paquete incluyen: ¿En qué debería consistir la educación de medios? ¿Quién la debería enseñar? ¿Cómo se la debe incluir en el curriculum? ¿Más allá de las escuelas/colegios, deberían las familias tener una opinión al respecto? ¿Se puede incluir a los profesionales y de qué manera? ¿Qué estrategias puede adoptar el público para manejar los beneficios y las limitaciones de los medios?

El paquete contiene una propuesta para un Curriculum Modular, un Manual para Profesores, un Manual para los Estudiantes, un Manual para los Padres y un Manual para las Relaciones Éticas con los Profesionales y un Manual de Alfabetización en Internet.

Ver el enlace en: **http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001492/149278e.pdf**

2. UNESCO y los Indicadores de Desarrollo Mediático:

Este es un grupo de indicadores que han sido aprobados internacionalmente, traducidos a muchos idiomas, para evaluar las condiciones necesarias para los medios y servicios de información a fin de que desempeñen sus funciones de servicio público. Estos indicadores deberían ayudar a examinar las cinco categorías de condiciones que se articulan entre sí: sistema de regulación; pluralismo y diversidad de los medios; los medios como una plataforma para el discurso democrático; construcción de capacidades profesionales y capacidad de infraestructura.

Ver el enlace a: **http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102e.pdf**

3. Reunión Internacional sobre la Educación Mediática – Progreso, Obstáculos, y Nuevas Tendencias desde Grünwald: ¿Hacia un Nuevo Criterio de Evaluación?

Esta reunión internacional fue organizada en Paris (Junio 2007) por la Comisión Francesa de la UNESCO en sociedad con UNESCO, y con el apoyo del Ministerio de Educación Francés y el Consejo Europeo.

Ver el enlace en: **http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/Synthesis_en.pdf**

4. Empoderamiento a través de la Educación Mediática

Esta es una publicación producida por NORDICOM, la International Clearing House, la Universidad de Göteborg con el apoyo de la UNESCO. El libro se basa en la Primera Conferencia Internacional de Educación Mediática realizada en Riyadh en marzo 2007 (también auspiciada por la UNESCO) y en la Reunión Internacional de Educación Mediática: Progreso, Obstáculos, y Nuevas Tendencias desde Grünwald: Hacia un Nuevo Criterio en Evaluación, llevada a cabo en Paris, junio 2007.

Cuando discutimos acerca de los temas relacionados con la democracia y el desarrollo, a menudo nos olvidamos que es un requisito previo es que los ciudadanos estén alfabetizados en medios. Por lo tanto, un requisito previo importante para el empoderamiento de los ciudadanos es un esfuerzo concertado para mejorar la alfabetización mediática e informacional – destrezas que ayudan a fortalecer las habilidades críticas y las destrezas comunicacionales que permiten a los individuos hacer uso de los medios y la comunicación como herramientas y un proceso de articulación del desarrollo y del cambio social, mejorando las vidas y empoderando a las personas para que puedan influir en sus propias vidas.

Se requiere que todos los ciudadanos sean alfabetizados en medios e información, esto es de vital importancia para la generación joven – tanto en su rol como ciudadanos y participantes de la sociedad, como en su aprendizaje, expresión personal y realización personal. Un elemento fundamental para lograr una sociedad que sea alfabetizada en medios e información es la educación mediática. Pero cuando se discuten temas como este, a menudo el marco de referencia es la cultura mediática del mundo occidental. Hay una necesidad urgente de que exista una agenda que se abra más hacia las ideas no occidentales y hacia los enfoques interculturales como es el caso actual. La internacionalización puede ser tan enriquecedora como necesaria para nuestro interés común de lograr paradigmas incluyentes y más amplios.

Ver el enlace en: **http://www.nordicom.gu.se/clearinghouse.php?portal=publ&main=info_publ2.php&ex=258&me=3**

5. Entendiendo la Alfabetización Informacional: Un manual básico

A través de la publicación, Información para todos los Programas (IFAP en Inglés) de la UNESCO, se define a la alfabetización mediática de una forma fácil de comprender y de una forma que no es técnica.

La publicación ha seleccionado a una audiencia muy diversa, que va desde oficiales de gobierno, funcionarios inter-gubernamentales, profesionales de la información y profesores hasta administradores de recursos humanos tanto en organismos con y sin fines de lucro. A continuación un extracto:

“El individuo a lo largo del curso de su vida, mientras más aprenda y por lo tanto llegue a conocer, pero especialmente tan rápido como domine y adopte las técnicas de aprendizaje, hábitos y actitudes – encontrar cómo, de dónde, quién y cuándo buscar y recolectar la información que necesita saber [...] – se convierte en una persona más alfabetizada en información. Su competencia al aplicar y utilizar tales destrezas, hábitos y actitudes le permiten que usted tome decisiones más profundas y oportunas para hacer frente a su salud y bienestar personal y familiar, educación, trabajo, ciudadanía y otros retos”.

Ver el enlace en: **http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001570/157020e.pdf**

6. Hacia los indicadores de la Alfabetización Informacional

Este documento provee el marco conceptual básico para medir la alfabetización informacional. La publicación incluye una definición de alfabetización informacional; un modelo que vincula la alfabetización informacional con otras competencias de los adultos, tales como destrezas de las TICs; y una descripción de los estándares de la alfabetización informacional en la educación.

La alfabetización informacional es parte de un grupo de destrezas integradas que los adultos necesitan adquirir para ser eficaces en todos los aspectos de sus vidas. Según lo define la Proclamación de Alejandría de 2005, la alfabetización informacional es la capacidad de las personas para:

- reconocer sus necesidades de información;
- localizar y evaluar la calidad de la información;
- guardar y recuperar información;
- usar la información de una forma eficaz y ética;
- aplicar la información para crear y comunicar conocimientos.

El desarrollo de los indicadores de la alfabetización informacional, a través de los cuales se pueden demostrar los logros y se puede enfocar de una mejor manera los esfuerzos a futuro, debería ser una prioridad tanto a nivel nacional como internacional. La alfabetización informacional apuntala muchos de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, por ejemplo

el combatir enfermedades y fortalecer el uso de oportunidades. Los indicadores de la alfabetización informacional pueden ayudar a los países a identificar el efecto de las políticas para promover el desarrollo de la alfabetización informacional y saber hasta qué punto sus ciudadanos son capaces de participar en una sociedad del conocimiento.

Ver el enlace en: http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001587/158723e.pdf

7. Estándares de Competencia de las TICs para Profesores

La UNESCO al reconocer la necesidad de proveer estándares para ayudar a los sectores nacionales de educación a apalancar las TICs, formó un equipo con Cisco, Intel y Microsoft, así como la Sociedad Internacional para la Tecnología en Educación (ISTE en Inglés), el Instituto Politécnico de Virginia y la Universidad Estatal de Virginia (Virginia Tech), para establecer un proyecto de Estándares de Competencia de las TICs para Profesores (CST en Inglés).

El objetivo de este proyecto CST es dar una guía sobre cómo mejorar el desempeño de los profesores a través de las TICs y dar una nueva dimensión a sus destrezas, sin importar en qué lugar esté ubicada el aula – lo que daría como resultado una mejor educación y estudiantes con mayores destrezas.

La publicación de los Estándares de Competencia de las TICs para Profesores comprende un grupo de tres folletos que incluyen:

- Un Marco de Política que explica las razones, estructura y enfoque del proyecto TIC-CSt;
- Una estructura de Módulos de Estándares de Competencia, el cual combina los componentes de la reforma educativa con varios enfoques de políticas que generan una matriz de grupos de destrezas para los profesores; y
- Lineamientos de implementación que proporcionan un plan de estudio detallado sobre las destrezas específicas que deben ser adquiridas en cada grupo de destreza/módulo.

Ver el enlace en: http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001562/156207e.pdf
http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001562/156209E.pdf
http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001562/156210E.pdf

Parte 2

MÓDULOS BÁSICOS Y OPCIONALES



MODULOS OPCIONALES 159

INTRODUCCIÓN: COMO UTILIZAR ESTE CURRICULUM AMI

La Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) tiene que ver con el papel y la función que tienen en nuestras vidas personales y en las sociedades democráticas los medios y otros proveedores de información como las bibliotecas, archivos e Internet. Promueve los derechos de los individuos para comunicarse y expresar, y para buscar, recibir e impartir información e ideas. Promueve la evaluación de los medios y otros proveedores de información basado en cómo se produce dicha información, los mensajes que se comunican y la audiencia a la que se espera llegar.

En una sociedad basada en la información y el conocimiento

- AMI es importante para que los ciudadanos participen en la sociedad y para su supervivencia
- Los medios y la información son vitales en los procesos democráticos
- Los medios y otros proveedores de información son instrumentales para dar forma a las percepciones, creencias y actitudes.
- Hay un incremento en el contenido creado por usuarios, el uso de espacios virtuales y el periodismo hecho por ciudadanos.

El Curriculum AMI al unir los campos de la alfabetización de "mediática" y la "informacional" presenta un enfoque holístico a la alfabetización que es necesario para la vida actual y el trabajo. Este Curriculum reconoce la necesidad de tener una definición más amplia de alfabetización, una que incluya la imprenta, medios basados en pantallas y electrónicos y sistemas de información. Más aún, AMI también reconoce el rol de las bibliotecas, archivos y museos como proveedores importantes de información.

AUDIENCIA SELECCIONADA PARA EL CURRICULUM AMI

El primer grupo que ha seleccionado este Curriculum son los profesores. Esto incluye a los profesores en los niveles secundario y principalmente primario que ya se encuentran en capacitación o prestando sus servicios. Este Curriculum es una herramienta específicamente diseñada para las instituciones que capacitan a profesores, pueden ser instituciones como colegios universitarios (incluyendo colegios comunitarios) y universidades. Sin embargo, dado que el Curriculum fue desarrollado con miras a que pueda ser adaptado, se puede utilizar en otros departamentos de institutos dentro de un colegio o universidad para quienes AMI constituye un campo relevante. El Curriculum también es importante para las ONGs, oficiales de gobierno y ministerios y otras organizaciones sociales.

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL CURRICULUM AMI

La alfabetización mediática e informacional busca unir disciplinas que antes se encontraban separadas y distanciadas. AMI se preocupa del conocimiento y la comprensión de las funciones de los medios, bibliotecas, archivos y otros proveedores de información, cómo estos operan, cómo presentan los mensajes y valores, cómo se los puede utilizar y también cómo evaluar de una forma crítica la información que presentan.

El Curriculum AMI es integral e inclusivo. Se ha desarrollado con un enfoque no prescriptivo, y puede ser adaptado. Se presenta en forma de módulos.

Los módulos de este documento de Curriculum incluyen todos o algunas de las siguientes secciones:

- Antecedentes y fundamento
- Temas Claves
- Objetivos de aprendizaje
- Enfoques Pedadógico y Actividades de Muestra.
- Recomendaciones de Evaluación.
- Temas Claves
- Recursos

Los objetivos de aprendizaje identifican las principales metas en cada uno de los módulos para profesores. También identifican las destrezas y conocimientos que los profesores deben ser capaces de demostrar después de completar cada módulo. En cualquier plan de adaptación, se debe tomar en cuenta el contexto general del Modelo de Curriculum AMI y del Marco de Competencias, documento que es parte de este paquete.

La sección de antecedentes y fundamento explora el tema del módulo para los profesores, subrayando y describiendo el contenido y el contexto. Es importante resaltar que no se busca que el comentario sea exhaustivo, sino que ilustre las posibles consideraciones y las posibles opciones que los profesores pueden explorar.

Lo mismo se puede decir de los enfoques pedagógicos y actividades de muestra que se han incluido. Estas han sido desarrolladas para ilustrar las distintas formas en las cuales las habilidades y conocimientos adquiridos en cada módulo se pueden demostrar. Estos enfoques pedagógicos y actividades deben ser vistos sólo como ejemplos. Se motiva a que los profesores utilicen esto como una base para preparar actividades que sean más locales o que sean culturalmente relevantes. La UNESCO facilitará el establecimiento de un banco de datos relacionado con actividades AMI a fin de contribuir a los esfuerzos de los profesores.

La sección sobre recomendaciones de evaluación incluye sugerencias para una evaluación formativa y acumulativa. Las recomendaciones quieren resaltar las posibilidades de evaluación, las cuales incluyen evaluación para aprendizaje, evaluación del aprendizaje, y evaluación como aprendizaje.

Finalmente, algunos módulos concluyen con una sección de recursos que se han recomendado para que puedan ser utilizados en estos. También se contempla la posibilidad que los profesores tengan sus propios recursos locales que deseen añadir a esta lista.

EL PROCESO DE ADAPTACIÓN DEL CURRICULUM AMI: RECOMENDACIONES

En la implementación y la adaptación de cualquier documento del Curriculum, es importante tomar en cuenta las realidades que existen en cualquier institución que esté relacionada con la capacitación de profesores: las prioridades y metas de la institución, los cronogramas y las restricciones de tiempo. A continuación se ofrecen las siguientes recomendaciones como forma de ayudar a que el Curriculum cubra las necesidades de las instituciones y profesores que se hallan relacionados con la educación primaria y secundaria.

- Identificación de los principales grupos de actores y establecer un comité de gestión.
- En las etapas iniciales, se debe llevar a cabo una revisión integral del Curriculum AMI y del Curriculum local y del Marco Competencias. Esto permitirá que las instituciones puedan identificar las áreas prioritarias en el Curriculum que puedan cubrir sus necesidades de una mejor manera.
- Se debe completar una evaluación del Curriculum de profesores actual en las respectivas instituciones o países para poder saber con certeza si los elementos de AMI ya están incluidos en el Curriculum. Obviamente esto va a ayudar a evitar la repetición innecesaria y la superposición. También ayudará a identificar cualquier brecha en el Curriculum existente y programas que pueden ser cubiertos por el Curriculum AMI.
- Cada institución determinará el mejor enfoque para implementar AMI, tomando en cuenta el tiempo disponible y los recursos que se necesitan. (es decir, tanto materiales como personal). Las principales preguntas a tomar en cuenta incluyen: ¿Cómo se debe enseñar AMI? ¿Cómo se debe integrar? ¿Existe en la institución un conocimiento experto sobre AMI? De no ser así, ¿en dónde se la puede encontrar? ¿Existe acceso a los materiales necesarios y recursos? De no ser así, ¿en dónde se los puede encontrar? ¿De qué manera las necesidades identificadas pueden afectar la estrategia de adaptación que se busca?
- El Curriculum AMI se debe preparar de tal forma que se pueda adaptar. Esto significa que quizá sea necesario preparar una versión hecha a la medida del Curriculum AMI basado en las consideraciones antes mencionadas. La plataforma de UNESCO Open Educational Resources (OER) (http://www.unesco.org/webwolrd/en/oer) puede resultar útil para el proceso de preparación. Los recursos de educación abierta son materiales de aprendizaje que han sido sacados bajo una licencia de propiedad intelectual como Creative Commons (Bienes Comunes Creativos) que permite que sean utilizados por otros de una forma libre (ver el recuadro al final de esta sección para mayores detalles).
- Una vez que el Curriculum adaptado o la versión hecha a la medida se desarrolle, es importante realizar una prueba piloto. Esta fase de prueba deberá ser monitoreada y el resultado del piloto tiene que ser evaluado.
- Una vez que se tome en cuenta la evaluación de la prueba piloto, es necesario hacer las revisiones en el Curriculum adaptado, incluyendo las recomendaciones para la implementación.
- En este punto, la integración del Curriculum para toda la institución estará lista, basada en la estrategia de integración elegida por la institución (ver a continuación).
- Se debe completar la documentación en curso, el monitoreo y la evaluación del Curriculum. Dónde sea apropiado, el desarrollo y la documentación de estudios de caso debe ser completada de forma que se puedan compartir las mejores prácticas e informar a la gran comunidad educativa del trabajo que se lleva a cabo en varias instituciones.

ESTRATEGIAS DE INTEGRACIÓN

A continuación se ponen en consideración las siguientes estrategias de integración para el Curriculum AMI:

- Curso independiente: esto comprende una o dos semanas de capacitación intensiva frente-a-frente, seguida de una asignación del proyecto donde los profesores tienen de dos a tres meses para completar. También se puede ofrecer crédito(s) por este programa de capacitación.
- Perspectiva institucional: comprende un entrenamiento presencial intensivo de una o dos semanas, seguido de la preparación de un proyecto que los maestros completarán en un período de dos a tres meses. Este programa de entrenamiento también podrá ofrecer créditos.
- Integración de multi-componentes: Se pueden integrar diferentes componentes del Curriculum AMI a los distintos cursos relacionados que ya lo profesores ofrecen. Algunos ejemplos incluyen tecnología de la educación, alfabetización, estudios sociales, etc. Quizá esta sea la estrategia más compleja que aquí se propone. Para que esta integración sea eficaz, se requiere una planificación cuidadosa que tome en cuenta las metas globales del programa y las evaluaciones.
- Curso en línea: El curso se debe ofrecer en línea tanto a los profesores antes de su servicio como para aquellos que ya se encuentran en la práctica. Esto podría incluir una asociación con otra institución en o fuera del país respectivo. Es importante anotar que la institución que capacita a los profesores no tendrá que instalar su propio curso en línea, sino que más bien puede asociarse con otra universidad que cuente con las instalaciones in situ para ofrecer los cursos en línea. La institución puede tomar en cuenta ofrecer el curso como un certificado, diploma o grado del programa.

A largo plazo, se puede explorar la combinación de dos o más de estas estrategias. Evidentemente, el proceso de adaptación y las estrategias de integración que se utilicen variarán de institución a institución, dependiendo de una serie de factores que se definan. Algunos de estos factores evidentes son el nivel de preparación, la disponibilidad de recursos y conocimiento experto, la profundidad y el ámbito de la integración.

Adaptando y Compartiendo el Curriculum AMI a través de la nueva Plataforma Abierta de Recursos Educativos de la UNESCO

La Plataforma de Recursos Educativos Abiertos de la UNESCO (http://www.unesco.org/webworld/en/oer) es una iniciativa nueva e innovadora que ofrecerá publicaciones seleccionadas de la UNESCO como recursos educativos abiertos con licencia total (OERs en inglés). Los OERs son materiales de aprendizaje que han sido sacados para licencia de propiedad intelectual, como Creative Commons* que permite que sean utilizados libremente por otros.

Con la Plataforma OERs de la UNESCO, las comunidades globales de práctica – incluyendo profesores, educadores y profesionales de la educación – serán capaces de copiar libremente, adaptar y compartir sus recursos, incluyendo el Curriculum AMI.

Persuadiendo y ayudando a las instituciones de capacitación de profesores a compartir su adaptación del Curriculum AMI como Recursos Educativos Abiertos en la plataforma, damos al profesor, desarrollador de Curriculum o asesor de calidad que busca desarrollar su propio Curriculum, una oportunidad sin precedentes para seleccionar y comparar de una forma sencilla e intuitiva los Curriculums de instituciones cercanas o internacionales, en su propio idioma. Luego de una manera fácil y legal pueden ¨copiar¨ libremente el contenido más cercano a sus necesidades y adaptarlo a los requerimientos locales.

La plataforma incentiva la colaboración y las oportunidades de asociación entre instituciones similares y vincula de una mejor manera a las instituciones con la UNESCO para futuras mejoras del Curriculum AMI. Después de este lanzamiento a fines del 2011, la Plataforma OER de la UNESCO será capaz de proveer ayuda en la construcción de capacidades para el Creative Commons y ayudar a transformar y transferir los materiales del OERs a las instituciones que quieran compartir sus adaptaciones.

* Las licencias del Creative Commons han sido desarrolladas en base a prácticas tradicionales de derechos de autor y permite a los creadores definir que derechos ellos se reservan, y que derechos declinan para el beneficio de otros receptores y otros creadores.
(http://creativecommons.org)

Módulos Centrales



MÓDULO 1: CIUDADANÍA, LIBERTAD DE EXPRESIÓN E INFORMACIÓN, ACCESO A LA INFORMACIÓN, DISCURSO DEMOCRÁTICO Y APRENDIZAJE A LO LARGO DE LA VIDA

"Si fuese posible definir en general la misión de la educación, se podría decir que su propósito fundamental es asegurar que los estudiantes se beneficien del aprendizaje de manera que les permita participar completamente en la vida pública, comunitaria y económica."

New London Group

ANTECEDENTES Y FUNDAMENTO

El rápido crecimiento de los medios y de las tecnologías de la información y la comunicación (TICs)[1] y la convergencia entre comunicación e información hace que la alfabetización mediática e informacional sean vitales para el empoderamiento de las personas. AMI se ha convertido en un pre-requisito importante para aprovechar las TICs en la educación y fomentar un acceso equitativo a la información y al conocimiento. Las sociedades en las que vivimos ahora están manejadas por la información y el conocimiento. No podemos escapar de la ubicuidad de los medios y de todas las formas de información y las tecnologías de comunicación y el papel que ellas juegan en nuestra vida personal, económica, política y social. Por lo tanto, estas nuevas formas de destrezas (conocimiento, habilidades y actitudes) son indispensables para que las personas puedan participar eficazmente y tener éxito a lo largo de todas las etapas de sus vidas en las sociedades de información y conocimiento. Esto ha dado como resultado que la alfabetización mediática e informacional sea cada vez más importante en la enseñanza y aprendizaje.

Según las estadísticas recientes de la (UIT) Unión Internacional de Telecomunicaciones/ Base de datos ICT, 2009, 1.3 mil millones (3/4) del 1.7 mil millones de hogares, que representan a 4.9 mil millones de personas, tienen una televisión; 0.6 mil millones (1/3) de todos los hogares, que representa 1.9 mil millones de personas, tienen acceso a una computadora, y 4.6 mil millones de suscripciones a telefonía móvil se proyectan para fines del 2009. Además, hay más de 2.5 mil millones de radio receptores. La Asociación Mundial de Periódicos informa que hay suscriptores de periódicos a nivel mundial sobre los 1.4 mil millones en 2007. El Instituto de estadísticas de la UNESCO estima que cerca de 1 millón de nuevos libros se publican anualmente en el mundo.

Cuando se toma en conjunto, el número de televisores y estaciones de radio, periódicos, teléfonos celulares, acceso a y uso de Internet, libros, bibliotecas, rótulos, y juegos de video vemos que estos determinan mucho de lo que aprendemos sobre nosotros, nuestro país, nuestras culturas y el mundo a nuestro alrededor.

Los medios y otros proveedores de información son vitales para la democracia y el buen gobierno, tanto como una plataforma para el discurso democrático como proveedores de información y conocimiento. Si los medios van a apoyar la democracia, los ciudadanos deben entender cómo utilizarlos críticamente, sabiendo cómo interpretar la información que reciben, incluyendo el uso de metáforas, ironía, y la forma en cómo las historias y los eventos se enmarcan para sugerir ciertos significados. Las personas, como ciudadanos, necesitan competencias específicas (conocimiento, habilidades y actitudes) para involucrarse con los medios, y finalmente con sus procesos políticos y gobernabilidad, y para utilizar de una manera eficaz los recursos que proveen los medios, bibliotecas, archivos y otros proveedores de información. La alfabetización mediática e informacional ofrece el conjunto necesario de competencias para el siglo XXI.

La alfabetización tradicional ha sido redefinida en muchos aspectos. Ya no es suficiente que las personas sólo aprendan a leer, escribir y matemáticas. A pesar de que la importancia de estas habilidades numéricas y de alfabetización no pueden ser subestimadas, la inclusión de la alfabetización mediática e informacional en el Curriculum implica que los jóvenes también deben comprender las funciones de los medios y otros proveedores de información y buscar, evaluar, utilizar y crear información para lograr sus metas personales, sociales, ocupacionales

1 Para propósitos de este Curriculum, sin importar la naturaleza, ni las tecnologías que se utilicen, los medios se definen como una fuente de información confiable que se provee a través de un proceso editorial determinado por valores periodísticos y que se atribuyen a una organización o persona legal. Hasta el punto que los medios son una parte importante del sistema de comunicación de la sociedad, su representación institucional puede mezclarse con una variedad de proveedores de información que no pertenecen a los medios, tales como bibliotecas, museos, archivos, proveedores de información de Internet, otras organizaciones de información y ciudadanos que proveen su propio contenido.

y educativas. También deben poseer habilidades básicas para tener un pensamiento crítico, para analizar y utilizar herramientas como auto-expresión, para convertirse en estudiantes independientes, productores, ciudadanos informados, profesionales y para participar en el gobierno y en los procesos democráticos de sus sociedades (cf. Informe del foro Nacional sobre alfabetización informacional, 2005).

Este módulo se construye sobre tres pilares: pensamiento crítico, auto-expresión y participación. Considera que AMI es relevante y puede superponerse en una variedad de disciplinas/campos, y que explorará preguntas como:

- ¿Qué es información? ¿Qué son los medios? ¿Por qué enseñar sobre ellos? ¿Por qué son importantes?
- ¿Qué es alfabetización mediática?
- ¿Qué es alfabetización informacional?
- ¿Por qué alfabetización mediática e informacional?

El módulo presenta a AMI como un proceso de enseñanza y aprendizaje en lugar de ser una sola disciplina. Por lo tanto, presenta a los profesores, de una manera general, los temas claves y conceptos del campo, los cuales se tratarán en mayor detalle en otros módulos, ofreciendo la oportunidad de desarrollar y comprender la diferencia entre "enseñar sobre" y "enseñar a través" de la alfabetización mediática e informacional. El objetivo es que los profesores, ellos mismos, se conviertan y sean alfabetizados en medios e información, y que desarrollen las competencias y habilidades necesarias para integrar a AMI dentro del Curriculum de las escuelas primarias y secundarias.

UNIDADES

1. Comprender la alfabetización mediática e informacional: una orientación
2. AMI y la participación cívica
3. Interactuando con los medios y otros proveedores de información
4. AMI, enseñanza y aprendizaje

UNIDAD 1: COMPRENDER LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA E INFORMACIONAL: UNA ORIENTACIÓN

- DURACIÓN: 2 horas

TEMAS CLAVES

- Definir "información" y "medios"
- Explorar la importancia de los medios y otros proveedores de información
- Describir los principales resultados de la alfabetización mediática e informacional

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Al final de este módulo, los profesores deben ser capaces de:

- Identificar los principales resultados/elementos de aprendizaje de la alfabetización mediática e informacional
- Comprender la alfabetización mediática e informacional, su importancia y relevancia en las vidas de los estudiantes y los profesores en la actualidad
- Explorar el papel de los medios y otros proveedores de información tales como bibliotecas, archivos e Internet
- Explorar estos roles en una variedad de medios y textos de información.

ENFOQUE PEDAGOGICO Y ACTIVIDADES

LOS MÚLTIPLES PAPELES DE LOS MEDIOS

Los proveedores de información juegan un papel central en los procesos de información y comunicación. Son una forma de comunicar la información, aunque su rol es mucho más amplio que esto. Para propósitos de este Curriculum AMI, los medios se definen (sin tomar en cuenta la naturaleza y las tecnologías utilizadas) como fuentes de información confiable y actualizada creados a través de un proceso editorial determinado por valores periodísticos donde la confiabilidad editorial se pueda atribuir a una organización específica o persona legal. Hasta el punto que los medios son una parte importante del sistema de comunicación de la sociedad, su representación institucional puede mezclarse con una variedad de proveedores de información que no pertenecen a los medios, tales como bibliotecas, museos, archivos, proveedores de información de Internet, otras organizaciones de información y ciudadanos que proveen su propio contenido.

Los medios tienen una serie de roles:

- Actúan como canales de información y conocimiento a través de los cuales los ciudadanos se comunican entre ellos y toman decisiones informadas
- Facilitan debates informados entre diversos actores
- Nos ofrecen mucho de lo que aprendemos sobre el mundo más allá de nuestra experiencia inmediata
- Son los medios a través de los cuales la sociedad conoce acerca de si misma y construye un sentido de comunidad
- Funcionan como un fiscalizador del gobierno en todas sus formas, promoviendo la transparencia en la vida pública y el escrutinio público de aquellos que están en el poder al exponer la corrupción, mala administración y mal manejo corporativo.
- Son facilitadores esenciales de los procesos democráticos y uno de los garantes de las elecciones libres y justas
- Son un vehículo para la expresión cultural y la cohesión cultural dentro y entre naciones
- Funcionan como un defensor o un actor social en su propio derecho mientras que respetan los valores pluralistas.[2]

2 Adaptado de los MDIs de UNESCO

INFORMACIÓN SOBRE LOS PROVEEDORES

El uso adecuado de la información que está disponible a través de los medios y varios de los proveedores de información depende de la habilidad de las personas para entender sus necesidades de información, y para localizar, recuperar y evaluar la calidad de la información a la cual puedan tener acceso. Hoy en día, hay una amplia variedad y diversa selección de material de información, contenido y recursos disponibles, especialmente en Internet, que varía mucho en exactitud, confiabilidad y valor. Adicionalmente, esta información existe en una variedad de formas (por Ej. como texto, imagen o estadística, electrónicamente o en impreso) que puede estar disponible a través de depositarios en línea y portales, bibliotecas virtuales o reales y colecciones de documentales, bases de datos, archivos, museos, etc. Sin embargo, el factor más importante es que la calidad de esta información puede variar desde "muy buena" a "muy mala".

Antes de evaluar las fuentes de información, es importante pensar para qué se usa la información. Esto ayudará a identificar fuentes confiables de información. Las preguntas claves podrían ser: ¿Qué fuente o qué tipo de fuente sería la más fiable para que provea información en este caso en particular? ¿Qué fuentes pueden ser más justas, objetivas, que no tengan motivos ocultos, que demuestren control de calidad?

Podemos pensar en la información como algo que tienen los medios y otros proveedores de información como bibliotecas, museos, archivos e Internet. Estos proveedores de información tienen un número de roles, incluyendo:

- Informar
- Educar
- Facilitar los procesos de enseñanza y aprendizaje
- Proveer acceso a todos los tipos de información (a menudo libre de costos, plural, confiable y sin restricciones)
- Servir como una puerta hacia la información
- Promover los valores universales y los derechos civiles tales como libertad de expresión e información
- Servir como memoria colectiva de la sociedad
- Recolectar información
- Conservar el patrimonio cultural
- Entretener

ACTIVIDADES

- Hacer una inspección de los medios para encontrar recursos o textos de los medios que sean ejemplos de las funciones antes mencionadas. Identificar los textos que ilustran estos roles a nivel local, nacional y global.
- Hacer una inspección de los colegios/universidades o bibliotecas públicas para encontrar libros y otros recursos disponibles que puedan proveer información sobre democracia, otros lugares del mundo, distintas culturas, vida social y económica, etc. Explorar preguntas como: ¿Quién decide el nivel de los recursos que deben ser asignados a las bibliotecas? ¿Quién decide qué libros deben ser incluidos en la biblioteca y cuáles deben ser excluidos? ¿Quién decide qué libros son más importantes que otros? ¿ Las bibliotecas cumplen son sus propósitos? (Se puede organizar una actividad similar para los museos o archivos).

- Los medios juegan un importante papel fomentado el desarrollo y la construcción de una nación. Discutir cómo las restricciones indebidas pueden ser impuestas sobre los medios y pueden prevenir que los medios ejerzan su función. Piensen sobre el contenido de los medios en su país. ¿Cuántos puntos de vista diferentes pueden encontrar sobre desarrollo, construcción de un país e intereses nacionales y desde qué perspectivas?
- En la red busquen historias que se relacionen con la destrucción deliberada de bibliotecas, museos o archivos o ciertos libros a causa de la guerra, conflictos étnicos, etc. ¿Cómo pueden verificar que la historia es verdadera? Dado que esta es la primera unidad, puede ser que los profesores no han estado expuestos todavía a las destrezas necesarias para responder a esta pregunta, entonces no deberían gastar mucho tiempo en ella, sino más bien seguir a las otras preguntas. ¿Cómo la destrucción de los medios, bibliotecas, archivos y otros proveedores de información, los recursos disponibles y los servicios que estas instituciones ofrecen pueden afectar a las personas, su historia o cultura? Basados en su observación, ¿cuáles pueden ser otras implicaciones, de dichas acciones?
- ¿Qué es dominio de información pública? Investigue cómo dos instituciones de gobierno de su país manejan el dominio de información pública. Discuta sobre la suficiencia (o falta de) información que estas instituciones proveen. ¿Existen políticas nacionales de cómo se debe hacer pública la información? ¿En su país existe acceso a leyes de información? ¿Se las utiliza? ¿Cuáles son los derechos de los ciudadanos de acuerdo a lo mencionado en el Artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos?[3]
- Basados en las respuestas obtenidas en la actividad anterior, indique los resultados para la alfabetización mediática e informacional (que es lo que una persona alfabetizada en medios e información debe ser capaz de hacer). ¿Qué significa cada término?
- Haga una lista de los medios que están presentes en las vidas de los estudiantes y profesores en la actualidad. ¿Cuáles son los roles y funciones claves que estos medios desempeñan? ¿Qué cree usted que significa ser "alfabetizado" cuando de trata de utilizar los medios y otros proveedores de información? ¿Qué conocimiento, habilidades y actitudes se necesitan?
- Mantenga un diario durante un día en dónde usted anote su uso diario e interacción con los medios y proveedores de información, por ejemplo proveedores de información por Internet que sean públicos y privados. ¿Qué patrones emergen de su uso personal? ¿Cuántas horas pasa usted conectado con los medios y la tecnología como el Internet, la televisión o la radio? ¿Qué papel juegan en su vida estos medios y otros proveedores de información?
- Haga una visita a pie por su escuela o vecindario. Enumere ejemplos de medios y otros proveedores de información que están presentes en estos entornos. ¿Cuáles de los papeles arriba mencionados ilustran estos ejemplos?
- Imagínese que un día usted se despierta y no hay más medios, bibliotecas, Internet y teléfonos celulares. Adicionalmente, los periódicos, las revistas, las estaciones de radio y los canales de televisión han desaparecido. En pequeños grupos analice que pasaría con los ciudadanos:

¿De qué manera estarían informados ahora?

- ¿Cómo comunicarían las noticias, los hechos y los eventos?
- ¿Qué sucederían con las decisiones que toman generalmente?
- ¿Qué es lo que usted – personalmente – extrañaría más de esta situación?
- ¿Qué es lo que la sociedad perdería con este tipo de problema?

3 Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión

- Escriba una "carta al editor" con sus conclusiones sobre el valor de los medios y la información en una sociedad democrática.

LA IMPORTANCIA QUE TIENE AMI PARA LOS CIUDADANOS

La Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) une disciplinas que antes se mantenían separadas y distintas. AMI se ocupa de que las personas comprendan la importancia de los medios y otros proveedores de información a fin de que :

a) tomen decisiones informadas

b) aprendan sobre el mundo que les rodea

c) construyan un sentido de comunidad

d) mantengan un discurso público, y

e) se comprometan a aprender a lo largo de toda la vida

Más allá, AMI debería estimular a que los ciudadanos se conviertan en productores activos de información e innovadores de los medios y productos de información, así como que sean pensadores críticos. AMI debería incentivar que usen los medios nuevos y tradicionales para la auto-expresión, creatividad y mayor participación en la democracia de sus países y en la red de información a nivel global.

— ACTIVIDADES

- Considere las características de AMI que han sido descritas en la Figura 1 del Curriculum de Alfabetización de los Medios y Marco de Competencias para Profesores (Parte1). Discuta sobre cada característica. Escriba qué es lo que cada una de estas representa para usted. ¿Cree que esta descripción está completa? ¿Qué piensa usted que se debería incluir?
- Tome en cuenta las siguientes terminologías vinculadas a las diversas alfabetizaciones que tienen que ver con AMI y que varios actores en el mundo las utilizan:
  - Alfabetización mediática
  - Alfabetización bibliotecaria
  - Alfabetización computacional
  - Alfabetización en libertad de expresión
  - Alfabetización en Internet
  - Alfabetización digital
  - Alfabetización noticiosa
  - Alfabetización cinematográfica
  - Alfabetización en juegos

  Utilizando el Internet o una biblioteca, investigue varias definiciones para cada una de estas terminologías. ¿Qué observa sobre la relación entre estas terminologías individuales o nociones de AMI? Escriba un párrafo describiendo cuál sería su lógica para combinar la alfabetización mediática y la alfabetización informacional como lo ha hecho AMI.

UNIDAD 2: AMI Y LA PARTICIPACIÓN CÍVICA

- DURACIÓN: 2 horas

TEMAS CLAVES

- Funciones de los medios y otros proveedores de información como bibliotecas, archivos y el Internet
- Qué es lo que los ciudadanos deberían esperar de los medios y los otros proveedores de información como bibliotecas, archivos y el Internet
- AMI y su importancia en la democracia y el buen gobierno
- Libertad de expresión, independencia editorial de los medios, pluralidad y diversidad de los medios y los otros proveedores de información

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- entender y describir las funciones de los medios y otros proveedores de información a medida que estos se relacionen con el acceso a la información y conocimiento, auto-expresión y participación en los procesos democráticos, e
- identificar las condiciones necesarias para que los medios y los otros proveedores de información puedan desempeñar estas funciones.

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

El periodismo y las fuentes de los medios son muy importantes en cada sociedad. Sin los periodistas y las noticias de los medios no habría "una ventana al mundo" –sabríamos muy poco de lo que sucede en nuestras comunidades o en el mundo más allá de una inmediata experiencia. Existen varios factores claves que las prácticas periodísticas deben respetar y que los ciudadanos esperan del periodismo:

- Organizar el conocimiento: hacer que la información caótica esté organizada y sea comprensible, e ir detrás de las posiciones oficiales para destapar intereses especiales.
- Verdad: que las fuentes de información en los medios, estén claramente identificadas para que los ciudadanos puedan juzgar la relevancia, la fiabilidad y los posibles prejuicios; se deberían anotar las preguntas importantes que no han sido respondidas a la espera de un seguimiento, en caso de que existiesen controversias.
- Interés público: en el trabajo que realizan los periodistas pueden hacer mucho para defender el interés público al dotar a los ciudadanos de la información necesaria para que puedan tomar parte en los asuntos públicos.

- Independencia: debe estar claro que el debate ciudadano debe realizarse más allá de los sesgos personales; los comentaristas deben examinar "los dos lados de la moneda" (es decir, discutir las ideas con las cuales ellos están de acuerdo o en desacuerdo); los periodistas deben demostrar un pensamiento independiente en su trabajo.
- Foro para la crítica pública y la resolución de problemas: los medios deberían ofrecen varios canales para la interacción del público (cartas, correo electrónico, teléfonos de contacto o un foro público); los ciudadanos también esperan que los medios les den acceso a espacios o tiempo-aire para tener conversaciones en su propio "idioma" con sus colegas ciudadanos; más aún, ellos esperan que esté presente una amplia representación de las visiones y valores en la cobertura de las noticias.
- Rendición de cuentas: los medios deben monitorear todos los ejercicios de poder, no sólo de los gobiernos, sino también de importantes entidades públicas y privadas; al hacer que los poderosos rindan cuentas, los medios pueden proveer de información al pensamiento comunitario.
- Noticias proporcionales y relevantes: los ciudadanos necesitan un conocimiento oportuno de los temas importantes y tendencias; los informes no deben exagerar o subestimar la verdadera naturaleza de las amenazas o riesgos.
- Equilibrando la privacidad y el derecho a saber: los ciudadanos esperan que los profesionales de los medios encuentren un equilibrio entre el derecho público a saber y el derecho personal a la privacidad (cf. Fackson Banda, UNESCO, 2009)

ACCESO A LA INFORMACIÓN

El acceso a la información es esencial tanto para la democracia como para el desarrollo. Los ciudadanos tienen el derecho a la libertad de palabra y el derecho de acceso a la información pública. Esta información es también propiedad de los ciudadanos. Los medios y los otros proveedores de información como bibliotecas, archivos y el Internet deben ayudar a garantizar la libertad de información para cada ciudadano.

El papel de los medios y de los otros proveedores de información cambia con el rápido esparcimiento de las tecnologías como las tecnologías de información y comunicación (TICs). Las TICs proveen acceso a la información y al conocimiento casi instantáneamente. Los medios y los proveedores de información como las bibliotecas, archivos e Internet, son capaces de proveer nuevos servicios y se están convirtiendo en más que centros de recursos o proveedores de información. Estas nuevas posibilidades ofrecen nuevas oportunidades para cubrir las necesidades de los ciudadanos que tengan un aprendizaje a lo largo de la vida que sea eficiente y eficaz, y cubra las necesidades de investigación y entretenimiento, y conecte a las comunidades.

Los medios y los proveedores de información tienen varias funciones claves, que incluyen:

-
- proveer acceso abierto a las fuentes de información sin ninguna restricción racial, de género, ocupasional o religiosa; en especial que las bibliotecas públicas provean el libre acceso
- proteger la privacidad de los lectores y la confidencialidad en términos del contenido consultado en lo local o en línea
- proveer acceso a las fuentes de información diversas y plurales, basándose en el profesionalismo y sin sesgos políticos, religiosos o morales
- recolectar y preservar la información para futuras generaciones

ACTIVIDADES

- Utilizando recursos relevantes de las bibliotecas o de Internet, investigar de entre 5 a 10 noticias durante el pasado año, a nivel nacional o mundial. Identificar cuáles de estas expectativas antes mencionadas se cumplen en cada una de las noticias. ¿Cuáles son los elementos claves en estas noticias para que sirvan de buenos ejemplos? Para aquellas noticias que no llenaron las expectativas, sugiera cambios que se podrían hacer para mejorarlas.
- Escriba un pequeño ensayo argumentando que los líderes tienen la obligación de enfocar las noticias con una mentalidad abierta y no sólo con el deseo de que las noticias sean para reforzar las opiniones existentes.
- Escoja la cobertura de un tema local o una historia para examinarla detenidamente. Parte de ser alfabetizado en medios e información es tener la conciencia y la habilidad de aplicar los criterios antes mencionados en la cobertura que se da a los varios temas. ¿Hasta qué punto las expectativas de los ciudadanos se cumplen con el ejemplo local? ¿Qué impacto tuvo la cobertura en la comunidad local? ¿Cuáles son las expectativas de los ciudadanos que no se cumplen, que recursos tenían los ciudadanos para enfrentar estos problemas? ¿Qué papel puede tener la alfabetización mediática e informacional para apoyar a los ciudadanos?
- ¿Está usted de acuerdo con que un ciudadano bien informado está mejor preparado para tomar decisiones y para participar en una sociedad democrática? ¿Por qué? Escriba un editorial expresando su opinión.
- Discuta: ¿Cómo se ve y se valora el rol de la información en nuestra sociedad? ¿Cuál cree usted que es la relación entre la información y el conocimiento y entre la información y el poder?

LIBERTAD DE EXPRESIÓN, INDEPENDENCIA EDITORIAL, PLURALIDAD Y DIVERSIDAD

La libertad de información y expresión apuntalan a la alfabetización mediática e informacional. En este contexto, el uso del término relacionado con libertad de información se refiere al acceso a la información pública. "La información es clave para entender el mundo que nos rodea, para nuestra habilidad de encontrar un papel importante en él, y para nuestra capacidad para sacar ventaja de los recursos que están disponibles para nosotros. Cuando la información se concentra en las manos de pocos o sólo en las manos de las élites, se reduce la habilidad del público tanto para tomar decisiones como para evaluar decisiones. Un medio ético y pluralista puede garantizar la transparencia, la rendición de cuentas y el estado de derecho" (Paquete de Herramientas para la Libertad de Expresión de UNESCO) Los medios independientes obtienen su poder al informar con responsabilidad a las comunidades que sirven.

LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y LA PRENSA

La libertad de expresión es la libertad de expresar e intercambiar visones y opiniones sin miedo a amenazas o acciones punitivas. La libertad de expresión es un derecho fundamental de los seres humanos. La libertad de expresión protege no sólo a la libertad de palabra sino a cualquier acto de buscar, recibir o impartir información o ideas, sin tomar en cuenta el medio que se utilice. La libertad de prensa es un pilar fundamental de este derecho ya que posibilita que la libertad de expresión sea pública y compartida, por lo tanto, es esencial para la construcción y el apoyo a las comunidades y a la sociedad civil. La libertad de expresión puede promover un verdadero sentido de propiedad dentro de una sociedad al permitir que los individuos comunes puedan

examinar y expresar diferentes pensamientos y opiniones. La libertad de expresión es una parte integral de la responsabilidad cívica, y es esencial para un pensamiento crítico. Las restricciones a la libertad de expresión se permiten sólo cuando dichas restricciones son necesarias para proteger la libertad de otros. Limitaciones, tales como las leyes que impiden el "discurso de odio" deberían ser definidas con precisión para evitar su mal uso.

— EL PLURALISMO EN LOS MEDIOS

Un sector de medios pluralistas – uno que atraviesa plataformas mediáticas (imprenta, transmisión, en línea) local (nacional, provincial y comunitario) y perspectivas políticas – ayuda a las sociedades a reflexionar de una mejor manera sobre sí mismas. Cuando la operación de los medios pasa a ser manejada por muchas manos, las opiniones que no son populares pueden encontrar aún un foro. Una mezcla eficaz de medios internacionales, nacionales y locales puede dar a las personas medios para participar en los procesos democráticos. La forma más amplia de diseminación de la información desde fuentes diversas y antagonistas contribuye al bienestar de las personas. Mientras los periódicos y transmisiones que son de distintos propietarios generalmente critican el contenido de otros, la concentración de los medios bajo una propiedad común está lejos de ofrecer una crítica mutua y podría terminar en medios promocionales o de defensoría.

— INDEPENDENCIA EDITORIAL

La independencia editorial se refiere a la libertad profesional que se da a los editores para que realicen decisiones editoriales sin interferencia de los propietarios de los medios o cualquier otro estado o actores no estatales. La independencia editorial se prueba, por ejemplo, cuando una organización de medios saca artículos que pueden ser impopulares para sus propietarios o anunciantes.

— ACTIVIDADES

- Utilizando Internet y los recursos de las bibliotecas, investigue sobre la propiedad y el control de las mayores empresas de medios y los monopolios de gobierno. Haga una lista de las principales propiedades. ¿Qué impacto podría tener esta propiedad sobre el acceso, elección y libertad de expresión? Investigue las leyes vigentes en su país o comunidad que regulan la propiedad y control de los medios.
- Evalúe el papel de los medios alternativos o independientes en su comunidad. Elija un ejemplo y describa los ingredientes claves que lo hacen independiente. ¿De qué forma permite que las personas participen en el proceso democrático? ¿De qué manera se diferencia de los medios principales?
- Investigue el trabajo de las organizaciones que promueven la libertad de expresión o protegen a los periodistas, tal como el Artículo 19, el Comité para la Protección de los Periodistas, Reporteros Sin Fronteras, u ONGs regionales o nacionales. Enfóquese en el trabajo de estos periodistas apoyados por estas organizaciones e identifique los elementos claves del trabajo de estos periodistas que hace que sean merecedores de dicho apoyo.
- Discuta sobre el por qué los gobiernos deben respetar los derechos de independencia editorial, y en especial, deben abstenerse de ejercer presión sobre los medios en relación a sus noticias y a la cobertura de los asuntos de actualidad. En este contexto, discutan sobre la siguiente cita de Corazón Aquino, ex-presidenta de las Filipinas, quien lideró la transformación de un gobierno autoritario hacia la democracia:

> "el concepto de la libertad de prensa está tan íntimamente ligado con la democracia que un líder debe tratar de hacer cualquier esfuerzo para imponer incluso las limitaciones más legales con gran cuidado. Los riesgos son inmensos, no sólo para la reputación personal como un líder democrático, sino también para la virtud y el compromiso de uno hacia la democracia. Para un totalitario, la tentación es tan grande y siempre hay aduladores que estarían dispuestos a ayudarlo a uno a estrechar el significado de la democracia para incluir una multitud de pecados despóticos"

Expandan la discusión hacia otras influencias potenciales sobre la independencia editorial y sugieran como tales influencias negativas podrían ser prevenidas.

- Discuta sobre qué es lo que se quiere decir con una ley de definiciones estrechas.

UNIDAD 3: INTERACTUANDO CON LOS MEDIOS Y OTROS PROVEEDORES DE INFORMACIÓN COMO LAS BIBLIOTECAS, LOS ARCHIVOS Y EL INTERNET

- DURACIÓN: 2 horas

TEMAS CLAVES

- De qué forma los medios transmiten el significado
- El tema de representación: cómo los medios y otros proveedores de información presentan la información, las personas, las culturas, las imágenes, los lugares, etc.
- El rol de los usuarios, los ciudadanos y las audiencias
- Comprometiéndose con los medios a través de la producción de contenidos generados por los usuarios

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- Comprender y describir los conceptos claves que utilizan los medios y los otros proveedores de información
- Comprender como el conocimiento de estos conceptos puede ayudar a los usuarios/ciudadanos a interactuar de una manera crítica con los medios y los otros proveedores de información

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

Una parte clave de la alfabetización mediática es entender cómo los medios construyen diferentes tipos de historias, cómo le dan forma a la información al presentarla, y qué técnicas utilizan para organizar el material que de otra forma sería caótico y difícil de entender. Es importante tener un entendimiento básico de las diferentes técnicas que se emplean en los medios, los "códigos" que utilizan y cómo interpretarlos. También podría ser relevante considerar quién esta produciendo y arreglando el material y qué tan activos o interactivos son los consumidores de los medios e información – si es que sus propias percepciones tienen impacto sobre la forma en como se presenta la información.

En cuanto a AMI, las siguientes áreas claves deben ser examinadas de cerca para poder comprender como los medios y los otros proveedores de información operan, cómo presentan el significado, cómo se puede utilizar, y cómo se puede evaluar la información presentada. Las áreas a continuación también apuntalan los siguientes módulos de este documento del Curriculum AMI:

LENGUAJE EN LOS MEDIOS E INFORMACIÓN

- ¿Cómo los productores de textos mediáticos utilizan diferentes técnicas o formas de representar diferentes tipos de información para comunicar?
- ¿Cómo el público en general se identifica y acepta estos usos?
- ¿Cuáles son los códigos y convenciones o los "ingredientes claves" o gramática de un medio en particular?
- Un comentarista de los medios, Marshall Mcluhan, escribió que "el medio es el mensaje"[4] implicando que el medio en sí – impreso, transmisión, Internet – afecta la forma en cómo entendemos al mundo. ¿Cómo la elección de los medios puede influir en el tipo de información que recibimos? ¿Cómo esto da forma al mensaje transmitido por los medios?

REPRESENTACIÓN EN LOS MEDIOS E INFORMACIÓN

- Examine las imágenes o representaciones en los medios
- Analice las imágenes o textos de los medios
- Analice el contexto
- ¿Quién se beneficia al aceptar las representaciones de los medios y quién pierde?
- ¿Cómo estas imágenes influyen en la forma en cómo nos vemos a nosotros mismos y a otros?
- ¿Cómo pueden influir en nuestro conocimiento y comprensión del mundo más allá de nuestra experiencia inmediata?
- ¿Cómo influyen en nuestra visión de equidad de género, en el empoderamiento de las mujeres, en las personas que viven con discapacidades, en las personas indígenas y en los grupos de minorías étnicas?
- Examine hasta qué punto la independencia editorial se refleja en los textos mediáticos

4 McLuhan & Fiore 1967. The Medium is the Message: An Inventory of Effects. Penguin Modern Classics

PRODUCCIÓN/ CONTENIDO GENERADO POR USUARIOS

- Aquí es importante la noción de una agencia humana – ¿Quién crea los textos de medios e información y por qué?
- Se conecta a los derechos de comunicación y de expresión de los ciudadanos y del profesional
- Se conecta a la libertad de expresión, a la ciudadanía activa y a la alfabetización mediática e informacional
- Aquí se toman en cuenta los recursos (humanos, financieros, tecnológicos, etc.) y las regulaciones

LA AUDIENCIA COMO CIUDADANOS Y USUARIOS/ CONSUMIDORES

- Audiencias seleccionadas y activas
- Ciudadanos activos y usuarios/consumidores negocian sus propios significados basados en lo que ellos aportan al texto
- Las audiencias tienen expectativas en las industrias mediáticas basadas en la transparencia, la rendición de cuentas e imparcialidad
- Los usuarios/consumidores tiene necesidades de información personales, económicas, sociales y culturales

LOS CIUDADANOS COMO USUARIOS/CONSUMIDORES DE LOS SERVICIOS DE LOS PROVEEDORES DE INFORMACIÓN

- Cómo los proveedores de información seleccionan los recursos de información y los principales criterios de selección
- Cómo los proveedores de información como las bibliotecas, suscriben o compran los recursos de información como libros, publicaciones periódicas y bases de datos
- Cómo los proveedores de información, incluyendo los proveedores públicos y privados de Internet, reciben sus fondos
- Cómo los proveedores de información generan sus ingresos provenientes de los servicios de información

PREGUNTAS CLAVES

- ¿Cuál es el propósito de este texto mediático/ de información?
- ¿Cómo se ha producido?
- ¿Quién lo creó?
- ¿A qué audiencia está dirigido? ¿Cómo lo sabe?
- ¿Cuál es el principal mensaje?
- ¿Quién se beneficia y qué ganan?
- ¿Cuáles son mis necesidades de información?
- ¿Cómo puedo identificar y definir esta necesidad?

- ¿Acaso la información que yo necesito existe de la manera en que la necesito? ¿De lo contrario, que acción puedo tomar?
- ¿Cómo entender, organizar y valorar la información hallada?
- ¿Cómo puedo presentar esta información en formatos que se puedan utilizar?
- ¿Cómo puedo preservar, almacenar y reutilizar, grabar y archivar la información?

— ACTIVIDADES

- Seleccione un texto mediático e informacional de su elección y aplique las preguntas claves enumeradas anteriormente. ¿Qué es lo que puede aprender sobre la producción de medios e industrias, los mensajes que se transmiten, así como la audiencia seleccionada?
- Piense sobre una actividad personal o económica que a usted le gustaría emprender. Anote lo siguiente. Aplique las preguntas claves antes mencionadas que empiezan con "¿Cuáles son mis necesidades de información?"
- Anote todas las actividades que usted hace durante el día, desde el momento en que se despierta en la mañana hasta cuando se acuesta por la noche. Analice en pequeños grupos: ¿Necesita información para participar en estas actividades? Escriba junto a cada actividad la información que usted necesita. Por ejemplo, necesita saber a qué temperatura está afuera para poder vestirse; necesita saber la situación del tránsito antes de tomar el bus; necesita saber acerca de la economía si es que va a solicitar un préstamo. Discuta: ¿Qué tan importante es la información en su vida diaria? ¿Cuántas decisiones serían difíciles de tomar sin tener la información?
- Utilice la biblioteca o el Internet, investigue sobre los principales programas de televisión o radio, películas o propagandas del año pasado. Cuáles son los TEMAS CLAVES de la lista antes mencionada que fueron importantes para el éxito? Describa las formas en las cuales uno o más de los temas anteriores se realzan con este ejemplo(s)
- Explique por qué los periodistas deben tener el derecho a no revelar las fuentes de su información, sólo a sus editores
- Discuta acerca de "El periodismo es una disciplina de verificación"

UNIDAD 4: AMI, ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

- DURACIÓN: 2 horas

TEMAS CLAVES

Entendimiento básico de AMI y el proceso de enseñanza aprendizaje

- Enfoques pedagógicos para AMI
- Enseñanza sobre y a través de AMI

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- Identificar las formas en como AMI puede mejorar el proceso de enseñanza y aprendizaje
- Explorar los enfoques pedagógicos asociados con AMI
- Desarrollar actividades particulares que utilizan estos enfoques pedagógicos

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

Enfoques pedagógicos para enseñar AMI.

ENFOQUE DE ENSEÑANZA REFLEXIVA

El aprendizaje de enseñanza reflexiva es un enfoque centrado en el estudiante donde la investigación se enfoca en los temas relacionados con la alfabetización mediática e informacional en la sociedad contemporánea. Incorpora muchas de las características asociadas con el aprendizaje inquisitivo, resolución de problemas y toma de decisiones, en donde los estudiantes adquieren su conocimiento y habilidades a través de las siguientes etapas de reflexión: identificación de un tema; reconocimiento de las actitudes y creencias subyacentes; aclaración de los hechos y principios del tema; localización, organización y análisis de la evidencia; interpretación y resolución del tema; tomar acción y reconsiderar las consecuencias y los resultados de cada fase. Este es un método apropiado para enseñar AMI ya que se puede dar a los estudiantes la oportunidad de explorar más temas en profundidad. Algunos ejemplos de esta enseñanza reflexiva en el enfoque de AMI incluyen: explorar las representaciones de género y raza a través de un análisis de los medios; explorar la privacidad y los medios a través de un análisis primario y secundario de documentos, explorar el cyber-bullying (ciber-acoso) a través de una investigación etnográfica.

APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS

El aprendizaje basado en problemas es un desarrollo curricular y un sistema de instrucción que desarrolla simultáneamente las bases y habilidades de un conocimiento interdisciplinario de los estudiantes, así como estrategias de pensamiento crítico y resolución de problemas. Se originó en la Facultad de Medicina de la Universidad McMaster de Ontario, Canadá. Es un modelo de aprendizaje cooperativo altamente estructurado, que resalta el conocimiento individual y colectivo al involucrar a los estudiantes en problemas de la vida real a través de una interrogación crítica y profunda. Los estudiantes manejan los objetivos de aprendizaje, las preguntas de interrogación y los métodos, así como los resultados. Un ejemplo de un aprendizaje basado en problemas en AMI sería el diseño de una campaña social de mercadeo para una audiencia en particular.

INTERROGACIÓN CIENTÍFICA

La interrogación científica se refiere a una variedad de técnicas que los científicos utilizan para explorar el mundo natural y proponen explicaciones basadas en las evidencias que encuentran. A menudo, el proceso de indagación se expresa como un grupo simplificado de pasos que se denomina el ciclo de la interrogación, el cual comprende actividades como: hacer observaciones; hacer preguntas; descubrir lo que ya se sabe; planificar investigaciones; revisar el conocimiento a la luz de la evidencia experimental; utilizando herramientas para recolectar, analizar e interpretar los datos; proponer explicaciones y comunicar los resultados. Este método también se puede incorporar dentro de la enseñanza de AMI. Ejemplos de esta interrogación científica en AMI incluyen: investigar el impacto de la violencia en los medios; o investigar los roles de las comunidades en línea.

ESTUDIO DE CASO

El método de estudio de caso conlleva un examen profundo de una sola instancia o evento. Esto se originó en la escuela de Negocios de Harvard donde los estudiantes universitarios utilizan los incidentes de la vida real para ver cómo el conocimiento teórico se puede aplicar a los casos reales. Este enfoque se puede adaptar a la enseñanza de AMI si los estudiantes están expuestos diariamente a las distintas formas de mensajes. Esto requiere una forma sistemática de observar los eventos, recolectar información, analizar la información e informar acerca de los resultados, que a la vez brinda apoyo al aprendizaje basado en la indagación entre los alumnos. De esta forma los estudiantes pueden ganar un mayor entendimiento de cómo los eventos o instancias se sucedieron en la forma que lo hicieron. El estudio de caso también se presta para la generación y validación de hipótesis. Por ejemplo, los estudiantes podrían llevar a cabo un estudio de caso de una estrategia de una campaña de mercadeo y lanzamiento de una película muy exitosa, u otro producto de alto perfil en los medios

APRENDIZAJE COOPERATIVO

El aprendizaje cooperativo tiene que ver con el enfoque de enseñanza que coloca a los estudiantes a trabajar juntos para alcanzar metas compartidas. El aprendizaje cooperativo puede ir desde el simple trabajo en parejas hacia un modo más complejo como el aprendizaje de un proyecto, aprendizaje *jigsaw* (en grupos escalonados), preguntas guiadas por los pares y enseñanza reciproca, todo lo cual busca producir ganancias en el aprendizaje como son el desarrollo de entendimientos conceptuales y el pensamiento de orden superior, mejores destrezas interpersonales, actitudes más positivas hacia la escuela/colegio y hacia el ser, y la exploración de cómo manejar la heterogeneidad académica en las aulas con un gran rango de logros en las destrezas básicas. Este es un método apropiado en la enseñanza y aprendizaje de AMI ya que requiere que se compartan las ideas de uno a otro. Un ejemplo de este aprendizaje cooperativo en AMI podría ser trabajar en conjunto en un espacio Wiki (Wiki space).

ANALISIS DE TEXTOS

Los estudiantes aprenden a realizar análisis de textos al identificar los códigos y convenciones de los varios géneros de medios. Con este tipo de análisis semiótico, se puede incrementar el entendimiento de los conceptos claves. Por ejemplo, los estudiantes aprenden a identificar cómo los códigos lingüísticos y las convenciones se utilizan para crear tipos especiales de representaciones que atraen a ciertas audiencias. Se enseña a los estudiantes a identificar los códigos "técnicos", "simbólicos" y "narrativos" de cualquier texto de los medios. Donde es posible este tipo de análisis de textos se desarrolla en un contexto relevante, en lugar de ser sólo un ejercicio académico por sí mismo.

Ejemplo: Se puede solicitar a los estudiantes que elijan una pieza de un texto mediático que les interesa. Esto puede ser una noticia, un video de YouTube, o video clip de una noticia de una fuente en línea. Se distribuye a los estudiantes en grupos y se los guía para que analicen la audiencia, el propósito, el autor, la técnica/características del texto y contexto.

ANALISIS CONTEXTUAL

Se enseña a los estudiantes a realizar un análisis contextual básico, especialmente en relación a los conceptos claves de los medios y otros proveedores de información, y también en relación a un rango de enfoques teóricos de AMI. Ejemplos del análisis contextual y de la pedagogía en esta área incluyen ayudar a los estudiantes a clasificar sistemas por películas, televisión y juegos de video que operan en su país, o como la propiedad de los medios y la concentración se relaciona con temas de democracia y libertad de expresión.

TRADUCCIONES

Con este enfoque los estudiantes pueden tomar un artículo que se presenta en un medio y convertirlo o "traducirlo" a otro medio. Por ejemplo:

- tomando un artículo de periódico que hayan escrito sobre un incidente en la universidad, lo pueden transformar en una historia para un podcast radial
- pueden ver una pequeña sección de una película de niños y luego trabajar en pequeños grupos para hacer un storyboard en donde se encuentra escrita la historia que corresponde a la escena, identificando las tomas, ángulos y transiciones que se han utilizado.
- Seleccionar un cuento y convertirlo en storyboard para ser filmado.
- pueden recolectar una variedad de material visual existente relacionado con la vida de una persona y utilizar esto como un punto de partida para hacer un documental corto sobre dicha persona.

SIMULACIONES

A menudo se utiliza la simulación como una estrategia en una película y unidades de un Curriculum sobre medios. Como ya se ha mencionado, los tutores usan la simulación para demostrar a los estudiantes cómo se "ve" el aprendizaje de los medios. Es decir, el tutor asume el papel de un profesor de clase y los profesores actúan como estudiantes de escuela/colegio, por lo menos cuando llevan a cabo las actividades. Esta estrategia se discute luego en conjunto como un proceso pedagógico para los estudiantes.

La simulación se puede utilizar de las siguientes formas:

- los estudiantes asumen el papel de un equipo de producción de un documental para producir un programa de televisión orientado a los jóvenes.
- los estudiantes toman el papel de periodistas de radio/Internet que están investigando la enseñanza de medios y tienen que entrevistar a un profesor en el ejercicio de profesor de medios y luego editar un podcast de la entrevista
- los estudiantes asumen el rol de un equipo de mercadeo de una universidad que está haciendo un video promocional para enseñar a los futuros estudiantes la vida de la universidad

PRODUCCIÓN

Este enfoque implica aprender haciendo que es un aspecto importante de la adquisición de conocimientos en el siglo XXI. Se incentiva a los estudiantes para que exploren el aprendizaje a un nivel más profundo y significativo. La producción de medios y contenidos de información ofrece a los estudiantes la oportunidad de una inmersión en el aprendizaje a través de explorar y hacer. Por medio de la producción de textos mediáticos (por ejemplo audio, video e impresos) los estudiantes son capaces de explorar su creatividad y expresarse a través de sus propias voces, ideas y perspectivas.

Los ejemplos incluyen: los estudiantes utilizan software como el iMovie o Moviemaker (o cualquier otra fuente similar libre y abierta de software) para hacer una historia digital de un minuto sobre un tema ambiental o cualquier otro tema de interés.

— ACTIVIDADES

- Pida a los profesores que identifiquen ejemplos de 10 enfoques pedagógicos para enseñar AMI que se hallan enumerados anteriormente y con los que están familiarizados, y pidan a los estudiantes que identifiquen los componentes claves que hacen que la enseñanza y el aprendizaje de AMI sean eficaces.
- A través del trabajo en grupo, guíe a los profesores para desarrollar actividades que ilustren estas estrategias en su propio trabajo.

RECURSOS PARA ESTE MÓDULO

- Civic education for Media Professionals: A Training Manual, http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001804/180402e.pdf
- Understanding Informational Literacy: A Primer, http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001570/157020e.pdf
- Big6, www.big6.com
- Media Development Indicators: A framework for assessing media development, http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102e.pdf
- Committee of Concerned Journalists, www.concernedjournalists.org/tools/principles/rights
- Journalism.org, http://www.journalism.org/resources/principles
- Media Education: A Kit for Teachers, Students, Parents and Professionals, http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001492/149278e.pdf

- Towards Information Literacy Indicators: Conceptual Framework Paper, www.uis.unesco.org/template/pdf/cscl/InfoLit.pdf



MÓDULO 2: ENTENDIENDO LAS NOTICIAS, LOS MEDIOS Y LA ÉTICA DE INFORMACIÓN

"El propósito central del periodismo es decir la verdad de tal forma que las personas puedan tener la información para que sean soberanas."

Jack Fuller, in News Reporting and Writing

ANTECEDENTES Y FUNDAMENTO

Con el advenimiento de las nuevas tecnologías de información y comunicación, el alcance e impacto de los medios tradicionales (radio, televisión y periódicos) se ha multiplicado, por lo tanto, la información y las noticias están mucho más disponibles que antes. En esta edad de la información, los periodistas, los profesionales de la información y los medios de noticias (nuevos y viejos) juegan un papel central al darnos acceso a la información más allá de nuestra experiencia inmediata, y al facilitar la participación de los ciudadanos para el buen gobierno y sociedades abiertas, democráticas y estables.

Este módulo explorará el papel y la función de los medios de noticias (nuevos y tradicionales) y otros proveedores de información en nuestras vidas personales y en las sociedades democráticas, también cómo mejorar la libertad democrática y la ética de información, construyendo responsabilidad cívica y ciudadanía, requiriendo y promoviendo la transparencia y la rendición de cuentas. Este módulo también dará una visión general del camino de evolución de los medios, desde ser prácticamente un espejo de la sociedad a ser el guardián de la información,

representará un sistema de control, facilitador del debate público y facilitador de la participación ciudadana.

El módulo permitirá que los profesores exploren temas como libertad de información y libertad de expresión, así como la importancia de la exactitud, rendición de cuentas y transparencia en los informes de noticias.

Gracias a las nuevas tecnologías, también estamos viendo un incremento en el contenido generado por los usuarios, como ejemplo tenemos los testimonios presenciales de los ciudadanos. Este fenómeno nos da una gran diversidad de voces y perspectivas, también refuerza la necesidad de evaluar de una manera critica muchas fuentes de noticias e información que están disponibles ahora.

UNIDADES

1. Periodismo y Sociedad
2. Libertad, ética y responsabilidad
3. Lo que genera noticias: explorando los criterios
4. El proceso de desarrollo de las noticias: más allá de los 4 Por qué y 1 Cómo (7Ws & 1 H)

UNIDAD 1: PERIODISMO Y SOCIEDAD

- DURACIÓN: 2 horas

TEMAS CLAVES

- Evolución del concepto y la práctica de "libertad de palabra" y "libertad de prensa"
- Propósito del periodismo en la sociedad y su papel en la arquitectura de la democracia (por Ej. libertad, responsabilidad cívica transparencia y rendición de cuentas)
- Rol y responsabilidades de los periodistas en el siglo XXI a nivel nacional y mundial (por Ej. espejo, guardián, cuidador, promotor, facilitador)
- Interés del público en el periodismo, independencia editorial vis. a vis. la influencia de los propietarios
- Rol de la ética en la información

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- rastrear la evolución del concepto y práctica de "libertad de palabra" y "libertad de prensa"
- delinear el propósito del periodismo y su papel para fortalecer o alcanzar la democracia y el buen gobierno, y
- evaluar el rol cambiante y las responsabilidades de los periodistas y de los profesionales de la información, tanto a nivel nacional como mundial y en el contexto del interés público

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

"La civilización ha producido una idea más poderosa que otra – la noción de que las personas se pueden gobernar a sí mismas. Y ha creado una teoría ampliamente articulada de la información para mantener esta idea, llamada periodismo. Las dos surgen y caen juntas."

Bill Kovach and Tom Rosenstiel, The Elements of Journalism

Libertad de expresión – a veces también conocida como libertad de palabra - por mucho tiempo ha sido vista como un derecho fundamental, esencial para la realización de nuestro potencial humano, la base para los otros derechos y las libertades y que apuntalen en el desarrollo social y económico. Sin embargo, la libertad de expresión necesita plataformas públicas que permitan el intercambio de información e ideas para que sea eficaz, de ahí el papel importante de los medios para proveer estas plataformas. Sin embargo, a fin de cumplir con esta función, los medios necesitan ser independientes del control del estado o del gobierno. Esta libertad de la regulación a su vez implica que los periodistas tienen la obligación de comportarse con ética, de ahí nace el desarrollo de los códigos profesionales que tienen que ver con los estándares de los periodistas.

Al considerar estos temas, el facilitador de la capacitación puede escoger cualquiera de los puntos que se encuentran a continuación:

— ACTIVIDADES

- Se pide a los profesores que investiguen e informen sobre la evolución de la "libertad de palabra" y la "libertad de prensa" en sus países. El informe incluirá una línea de tiempo visual de los hitos, tales como:
  - Desarrollo histórico de la evolución de la teoría y práctica de "libertad de palabra" y "libertad de prensa"
  - Los periodistas y/o agencias de los medios que han hecho contribuciones específicas a la libertad de prensa y a la democracia
  - Eventos de movimientos democráticos en donde los medios y los reportes de noticias han tenido un papel significante
- Si es posible, el facilitador de la capacitación pedirá a los profesores que entrevisten a los periodistas sobre sus puntos de vista sobre el papel del periodismo como promotor de la democracia. Se solicitará a los entrevistados que citen instancias específicas donde la

cobertura de medios jugó un papel clave en el panorama nacional o internacional, así como el manejo de potenciales tensiones entre los intereses de los propietarios y el interés público. Después los profesores pueden escribir un trabajo de reflexión de dos páginas basado en la entrevista, indicando la función específica de los medios, las formas en las que los medios operaron, y los temas claves que fueron abordados.

RECOMENDACIONES DE EVALUACIÓN

- Un trabajo escrito con las reflexiones sobre los resultados de las lecturas y/o entrevistas
- Un ensayo o un blog sobre temas relacionados con los medios y la democracia
- Participación en actividades de aprendizaje de grupo (por Ej. talleres, discusiones de clase, etc.)

TEMAS A SER CONSIDERADOS EN EL FUTURO

- Estudios de caso sobre la prensa controlada
- Propaganda vs. Periodismo

UNIDAD 2: LIBERTAD, ÉTICA Y RESPONSABILIDAD

- DURACIÓN: 2 horas

TEMAS CLAVES

- Libertad de prensa, libertad de expresión, libertad de información y ética informativa
- Códigos de ética, códigos de práctica y valores globales en la sala de noticias: lineamientos para los periodistas y profesionales de la información
- Ética de los periodistas en la recolección y procesamiento de noticias (comités de ética, defensor del pueblo, concejos de prensa independiente/comisiones de quejas de prensa)
- Defensores de la libertad de prensa y fiscalizadores de los medios
- Derechos y responsabilidades de los ciudadanos: conectando al periodista con el ciudadano
- Informes de los ciudadanos y contenido generado por los usuariost

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- describir los principios universales de la libertad de prensa, libertad de expresión y libertad de información, y sus implicaciones en el informe de noticias
- analizar cómo se aplica la ética en la práctica del periodismo y los profesionales de la información a nivel personal, profesional y global
- valorar el rol de los defensores de la libertad de prensa y de los fiscalizadores de los medios al dedicarse a proteger la libertad de prensa y la responsabilidad
- explicar los derechos y responsabilidades correspondientes a los ciudadanos como parte del vínculo entre la práctica del periodismo y los profesionales de la información; y
- entender y analizar el reporte de los ciudadanos o el papel de evolución de los ciudadanos y periodistas no profesionales como participantes activos en la generación de contenidos de medios y en el proceso democrático del debate público

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

"Al final el periodismo es un acto de carácter."

Bill Kovach and Tom Rosenstiel, The Elements of Journalism

Si el estado busca regular los medios, va a interferir en la independencia de los periodistas y en su habilidad de cubrir los eventos de la forma que a ellos les parezca más apropiada. Los medios son actores sociales que pueden ejercer gran poder en la sociedad, entonces, a fin de proteger su libertad de regulación y control, generalmente se cree que los periodistas necesitan regularse a si mismos al adoptar códigos de conducta ética o establecer lineamientos profesionales de cómo las noticias o eventos deben ser cubiertos.

APLICACIÓN – CÓDIGO DE ÉTICA PERIODISTICA

- Examinar el código de ética establecido por los periodistas- (un ejemplo es el código de ética establecido por la Federación Internacional de Periodistas, otro ejemplo sería los estándares profesionales de la BBC). Evalué el propósito de cada elemento del código
  - Hable sobre la razón por la cual se debe desarrollar un código de ética que tiene que recibir la aprobación de todos los miembros de la profesión y que no debe ser impuesto por agentes o autoridades externas
  - Discuta sobre los mecanismos necesarios para implementar el código de éticas

APLICACIÓN – CÓDIGO DE ÉTICA PROFESIONAL PARA LOS PROFESIONALES DE LA INFORMACIÓN

- Examinar el código de ética establecido por los profesionales de la información, tales como bibliotecarios o archivistas, incluyendo los principios y los valores más importantes (por Ej. el grupo de códigos de ética para los archivistas establecido por el Consejo Internacional

de Archivos o los códigos de ética profesional desarrollados por países individuales para bibliotecarios, tal como la Asociación Americana de Bibliotecas)

- hable sobre la ética de información en temas relacionados con propiedad, acceso, privacidad, seguridad y comunidad
- hable sobre cómo la ética de la información puede influir en las decisiones personales, la práctica profesional y las políticas públicas
- hable sobre cómo los nuevos formatos de información evolucionan y las necesidades influyen en los principios éticos, y cómo se aplican estos códigos (por Ej. preservación digital, privacidad y acceso a la información pública)

— ACTIVIDADES

fi El profesor deberá investigar acerca de la libertad de prensa en el índice de Freedom House (www.freedomhouse.org) o en el índice mundial de libertad de prensa de Reporteros Sin Fronteras, o una medida regional relevante, tal como el Afrobarómetro de los medios y determinar la calificación que su país ha recibido. El estudiante aprenderá a: (1) explicar si está o no de acuerdo con la calificación, e (2) identificar y explicar los factores o variables que han afectado a la calificación de la libertad de prensa de su país. Los criterios cubiertos en estos índices incluyen:

- Grado de libertad de impresión, transmisión y medios en línea (por Ej. Internet)
- Ambiente legal para los medios
- Presiones políticas que influyen en los reportajes
- Factores económicos que afectan al acceso de la información
- Concentración de la propiedad de los medios
- Ataques directos a los periodistas y a los medios
- Presencia de monopolio estatal en los medios
- Presencia de la censura y la auto-censura en los medios
- Dificultades de los reporteros extranjeros

fi Existen muchas organizaciones en el mundo que hacen campaña para defender a los periodistas. Algunas de estas son internacionales como Media Support en Dinamarca, Artículo 19 en Londres y el Comité para Proteger a los Periodistas en Nueva York. Considere si existen organizaciones de libertad de prensa activas en su país y cómo estas han contribuido a la protección de la libertad de prensa y libertad de expresión.

fi El profesor le dará ejemplos de reportajes que demuestran prejuicios, incluyendo estereotipos, creación de mitos, obscenidades e imágenes gráficas. Los profesores serán guiados a través de una discusión sobre la importancia de los estándares y los lineamientos generales para periodistas y entregarán un informe sobre los temas que se presenten en el video.

fi El profesor entrevista a un defensor del pueblo o a un representante de una organización de control de medios (o grupo similar) para preguntar sobre las críticas comunes o quejas de los presuntos profesionales o lapsos éticos de los periodistas y/o organizaciones de noticias. El profesor revisará las disposiciones de los códigos de ética y examinará si los temas planteados han sido cubiertos por los códigos profesionales existentes de una forma adecuada. Los miembros de la clase llaman a los medios de comunicación locales para revisar si cuentan con códigos de conducta para sus periodistas. Podrían hacer preguntas sobre cómo se ponen en práctica o se implementan estas disposiciones.

- El profesor hace un inventario de la cobertura de los informes de los ciudadanos de un evento o tema que ha tenido gran importancia y cobertura en los principales medios. El o ella revisan si existen errores de hechos o sesgos.
- Se solicita que los estudiantes mantengan un diario o cuaderno de anotaciones donde puedan anotar sus observaciones sobre el tema (por Ej. violaciones a la libertad de prensa/expresión/información y/o ejemplos de prácticas no éticas en el periodismo) para que al final del curso puedan hacer un resumen y síntesis

RECOMENDACIONES DE EVALUACIÓN

- Registro de medios
- Trabajos de investigación, por Ej. calificación de libertad de prensa, códigos de conducta, informe de los ciudadanos
- Trabajos de reflexión sobre entrevistas, programas de TV
- Participación en actividades de grupo por Ej. talleres, discusiones en clase

TEMAS A SER CONSIDERADOS

- Derecho del público a conocer los principios de libertad de información: Artículo 19
- Libertad de información/expresión: pactos internacionales, convenciones, declaraciones y cartas constitucionales, así como leyes nacionales (disposiciones constitucionales; leyes sobre difamación, seguridad nacional)
- Acceso a leyes de información y procedimientos, así como declaraciones y cartas constitucionales, recomendaciones
- Ingredientes que constituyen una buena ley de libertad de información y práctica
- Auto regulación y defensor de medios
- Derechos de los reporteros

UNIDAD 3: LO QUE GENERA NOTICIAS – EXPLORANDO LOS CRITERIOS

- DURACIÓN: 3 horas

TEMAS CLAVES

- Criterio para evaluar el valor de las noticias y el interés periodístico
- Consideraciones para hacer juicios de valor sobre las noticias o dar forma a las noticias

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- Describir los criterios utilizados para evaluar la importancia de las noticias o el valor de los eventos, personas e ideas, y
- Discutir de una forma crítica los principios básicos al hacer juicios de valor sobre las noticias o dar forma a las noticias

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

"La teoría del periodismo que hemos heredado……. forma la base del periodismo en el nuevo siglo, un periodismo que hace sentido basado en la síntesis, verificación y feroz independencia."

Bill Kovach and Tom Rosenstiel, The Elements of Journalism

Los periodistas tienen que dar sentido a una gran cantidad de información y considerar como organizarla de manera que destaquen los temas que son más importantes para que la audiencia, que tiene diferentes niveles de comprensión sobre los temas, de manera que ésta sea capaz de comprender. Los juicios que se hagan incluirán la selección de aquellas historias que se consideran de valor noticioso y decidirán cómo presentar la información. Sin lugar a dudas, la forma de la presentación (a veces conocida como el "enmarque") reflejará la experiencia y la perspectiva del periodista. Es importante que la audiencia entienda estos enmarques y que piense de una manera crítica.

ANÁLISIS DE TEXTOS

- Los profesores analizan el interés periodístico de los artículos de cada primera página de los principales periódicos (o su versión en línea), basado en el criterio para evaluar el valor de la noticia de un artículo. Esto generalmente incluye factores como:
  - Oportunidad
  - Impacto e importancia
  - Prominencia
  - Proximidad
  - Conflicto
  - Inusual/ Interés humano
  - Ocurrencia
  - Necesidad

  Luego él o ella pueden analizar los artículos basados en los factores que se toman en cuenta cuando se hacen juicios sobre las noticias o para dar forma. Estos son:
  - Veracidad: precisión (que los hechos estén correctos) y coherencia (que los hechos tengan sentido)

- Dedicado al interés público
- Información en lugar de manipulación al público
- Que esté completo/amplitud
- Diversidad (inclusión de noticias de todas las comunidades, no sólo para las audiencias escogidas)

También se debe prestar atención a cómo se ubican los artículos, los titulares y el tamaño de letra utilizada, las fotografías y leyendas que se incluyen.

ANÁLISIS DE CONTEXTO

- Anotaciones de los profesores de la cobertura tanto de CNN como de Al Jazeera (u otras organizaciones de medios de elección/relevancia) sobre un tema en particular, un día en particular y comparar y contrastar los puntos de vista (es decir, presentación de un punto de vista o perspectiva en particular) y tratamiento (es decir, información que se provee, fuentes citadas, entrevistas dadas y cualquier apoyo visual de las noticias) de las dos coberturas.

ANÁLISIS DE LAS NOTICIAS Y AUTO-EVALUACIÓN

- Se entrega a los estudiantes dos piezas diferentes de noticias escritas sobre el mismo tema y se les pide que expliquen que pieza tiene más fuerza y es más informativa y cómo se podrían mejorar otros artículos noticiosos. (en cuanto al criterio a ser utilizado, por favor referirse al Análisis de Contexto anterior)

RECOMENDACIONES DE EVALUACIÓN

- Un trabajo de reflexión basado en el análisis del texto/análisis de contexto/ análisis de las noticias
- Participación en actividades de aprendizaje de grupo, por Ej. talleres, discusiones de clase

TEMAS A SER CONSIDERADOS

- Forma en la que las noticias están concebidas (influencias socio-culturales, políticas y económicas sobre las noticias)
- Efecto de la concepción de las noticias en los valores de las mismas y en los procesos editoriales
- Flujo global de la información y dar forma a las noticias
- Organizaciones mundiales de medios noticiosos (CNN, Al Jazeera, BBC, Fox News)

UNIDAD 4: EL PROCESO DE DESARROLLO DE LAS NOTICIAS: MÁS ALLA DE 5 POR QUÉS Y 1 CÓMO (5WS Y 1H en Inglés)

- DURACIÓN: 3 horas

TEMAS CLAVES

- Identificar las noticias y reconocer la historia (el proceso de desarrollo de las noticias)
- Disciplina de verificación como la esencia del periodismo

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- describir el proceso de cómo las noticias se desarrollan desde la idea de la historia hasta la recolección de datos y la escritura de la noticia
- entender los principios centrales de la disciplina de verificación, diferente del periodismo de afirmación, y cómo se aplica al proceso de desarrollo de las noticias
- analizar cómo se pueden aplicar las técnicas de verificación a los informes de noticias para cumplir con los estándares del periodismo en relación a la verdad y la exactitud
- entender y describir la relación entre periodistas, fuentes de noticias, editores principales y propietarios de medios.

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

"A medida que llegan las noticias del día a la redacción del periódico se convierten en una asombrosa mezcla de hechos, propaganda, rumor, sospechas, pistas, miedos y esperanzas, y el trabajo de seleccionar y ordenar las noticias es realmente sagrado y sacerdotal en las oficinas en una democracia."

Walter Lippmann, in News Reporting and Writing

VISITA DE ESTUDIO A UNA ORGANIZACIÓN MEDIÁTICA

Se puede realizar una visita de estudio a una oficina mediática para dialogar con el jefe o el editor principal y observar de primera mano el proceso de desarrollo de noticias a nivel de una oficina editorial. Se pedirá a los participantes que escriban un trabajo de reflexión sobre lo que han observado y aprendido durante la visita.

PROCESO DE INDAGACIÓN (UN DÍA EN LA VIDA DE UN REPORTERO DE NOTICIAS)

El estudiante acompaña al reportero de noticias a cubrir su trabajo y documenta lo siguiente: (a) qué elementos de las noticias fueron identificados y qué se escribió sobre ellos, en comparación con lo que sucedió en el campo (o el proceso de depuración de la información recolectada); y (b) cómo y por qué el reportero contó la historia (dar significado a los datos) de la manera en la que lo hizo.

ANÁLISIS DE TEXTOS

ﬁ El Profesor analiza los relatos de un evento o un suceso importante en los periódicos y examina la información provista. Él o ella explican la evaluación, considerando los factores y el proceso de "identificar las noticias y reconocer la historia":

- elementos de las noticias (5xqs y 1 C: ¿Quién? ¿Qué? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Por qué? y ¿Cómo?) y los vuelven a definir: las noticias son datos con contenido (quién es el sujeto, cuál es el argumento, dónde ocurre, por qué es el motivo o la causa, cómo es la narración)
- el periodismo como "el narrar una historia con un propósito": encontrar la información que las personas necesitan para vivir sus vidas, hacer que tenga sentido, que sea relevante y que pueda crear compromisos

El profesor revisará si se puede verificar, basado en los principios centrales de la verificación: no añadir, no engañar a la audiencia: ser lo más transparente posible en cuanto a métodos y motivos; depender del propio reportaje original; ejercer la humildad.

El profesor también aplicará por lo menos una técnica de verificación: editar de una manera escéptica; listas de comprobación de exactitud, método de verificación de hechos que se

presumen, reglas de fuentes anónimas, etc. (Referencia: Kovach y Rosentiel, The Elements of Journalism)

PRODUCCIÓN

- El facilitador y el profesor coordinan con el asesor de una publicación escolar (o la estación de transmisión de la escuela/colegio) para permitir a los estudiantes que desarrollen un plan sobre un tema para la próxima publicación/programa. El plan sobre el tema incluye una serie de artículos o historias que serán escritas o producidas y el sustento para su inclusión, ámbito de cada historia y el posible enfoque o tratamiento de cada historia.

REGISTRO DE MEDIOS

- Se requiere que los profesores mantengan un diario o un libro de registros donde registren (diariamente) sus observaciones sobre el tema (por ejemplo: valores de noticias, juicios de noticias, criterio de verificación, informes de ciudadanos) para luego hacer un resumen y síntesis al final del curso.

RECOMENDACIONES DE EVALUACIÓN

- Registro de medios
- Producción
- Informe de las visitas de estudio, inmersión, análisis de texto
- Participación en actividades de grupo, por Ej. talleres, discusiones en clase

TEMAS A SER CONSIDERADOS

- Fuentes de noticias y técnicas de recopilación de noticias (incluyendo el uso de las TICs)
- Sabor y sentido apropiado de la cobertura noticiosa

RECURSOS PARA ESTE MÓDULO

- Joseph, Ammu. (2005): Media Matters Citizens Care. Retrieved on 17 May 2011 from http://portal.unesco.org/ci/en/files/19137/11164945435advocacy_brochure.pdf/advocacy_brochure.pdf
- Article 19. (1999, June). Right to Know: Principles on Freedom of Information Legislation. International Standards Series. Retrieved 27 May 2009 from www.article19.org/pdfs/standards/righttoknow.pdf
- ASLIB Training Suite. Freedom of Information. (2004). Retrieved 15 February 2004 from http://www.aslib.com/training

- Bertrand, Claude-Jean. (2003). Media Ethics and Accountability Systems. New York: Hampton Press
- Coblenz, W. (Producer) and Goldman, W. (Writer). (1976). All the President's Men (Film). Warner Bros
- Committee to Protect Journalists, at http://www.cpj.org
- Dominick, J. R. (2007). The Dynamics of Mass Communications. 9th ed. Boston: McGraw-Hill
- Humanext. Ethics Trainings. (2009). Ankerstar and Dalke's Balancing Personal and Professional Ethics (programme with Trainer's Guide, reproducible exercises, handouts, case studies); Dr. Louis V. Larimer's Seminar on Ethical Reasoning (with Ethical Type Indicator Profile and Training Manual). Retrieved 22 April 2009 from http://www.newtrainingideas.com/ethics-training.html
- Kovach, B. and Rosenstiel, T. (2001). The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect. New York: Three Rivers Press of Random House;
- Mencher, Melvin. (2006). News Reporting and Writing (10th ed.). Boston: McGraw-Hill
- Mendel, Toby. (2008). Freedom of Information: A Comparative Legal Survey (2nd Ed.). Paris: UNESCO, at http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001584/158450e.pdf
- Poynter Institute, at http://www.poynter.org
- Reporters sans frontiers, at http://www.rsf.org
- Rosenstiel, Tom and A. Mitchell (eds). (2003). Thinking Clearly: Cases in Journalistic Decision-Making. New York: Columbia University Press
- State of the News Media, at http://www.journalism.org
- Ward, S.J.A. (2005). Philosophical Foundations of Global Journalism Ethics. Journal of Mass Media Ethics 20:1, 3-21
- Woodward, Bob and Carl Bernstein. (1974). All the President's Men. New York: Simon and Schuster;
- UNESCO. (2009) Guidelines for Broadcasters on Promoting User Generated Content and Media and Information Literacy. Paris: UNESCO, at http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001871/187160e.pdf
- UNESCO. (2007). Model Curricula for Journalism Education for Developing Countries and Emerging Democracies. Paris: UNESCO, at http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001512/151209e.pdf
- University of Kansas. History of American Journalism. (2009). Retrieved 22 April 2009 from http://ehub.journalism.ku.edu/history/1920/1920.html



MÓDULO 3: REPRESENTACIÓN EN LOS MEDIOS E INFORMACIÓN

"Cómo nos vemos en parte determina como nos tratan: cómo tratamos a los otros se basa en cómo los vemos; esta visión viene de la representación."

Richard Dyer, The Matter of Images

ANTECEDENTES Y FUNDAMENTOS

La representación en los medios puede tomar muchas formas. Vivimos en una cultura llena de imágenes y diariamente estamos rodeados de representaciones mediáticas en los sitios de la red, en la televisión, en las películas, en el reportaje de noticias y en los libros.

Los periodistas, autores, camarógrafos, anunciantes, publicistas y productores de películas utilizan imágenes, audio y palabras escritas para transmitir la información sobre un evento, una historia o un tema. Generalmente se ven limitados por el tiempo, el espacio, los recursos y otras restricciones editoriales para preparar y presentar las historias al público. Por lo tanto, dependiendo de la historia que se cuenta o del mensaje que se transmita, a menudo es necesario "re-presentar" los temas o eventos refiriéndose a características tales como raza, género, sexualidad, edad o clase. Inevitablemente, aquellos que trabajan en los medios deben seleccionar el contenido que se va a presentar al público. Sin embargo, esta selección a menudo no está libre de subjetividad y a veces lleva a representaciones de estereotipos o sobre-simplificaciones, las cuales pueden ser utilizadas para etiquetar a individuos y justificar creencias cerradas o actitudes. Esta puede que

sea o no la intención del autor o periodista/reportero. A veces está sujeta a la interpretación del receptor (espectador, lector u oyente), donde los medios y los otros proveedores de información se convierten en un instrumento de partidismo, conflicto o discriminación, los medios, como es lógico, deberían ser responsables de sus acciones como cualquier otro actor social. Sin embargo, como plataforma para debate público, es vital que los medios puedan presentar una discusión e información sin control de ningún partido o gobierno.

También tenemos que entender que los medios y otros proveedores de información trabajan en un contexto social y que ellos son actores sociales dentro de ese contexto social. Los medios están influenciados por la sociedad y a la vez influyen a la sociedad. Tenemos que ver con más profundidad el contexto nacional específico dentro del cual los medios particulares operan.

En el esfuerzo de ser alfabetizado en medios e información, debemos examinar las imágenes de los medios o representaciones y analizar no sólo la imagen o el texto de los medios en sí, sino también el contexto que rodea la imagen y el que a veces no vemos. Es importante reconocer que mientras los medios tienen mucho poder para dirigir y desafiar a la sociedad, también reflejan la sociedad al proveer los tipos de historias y representaciones que exigimos y aceptamos.

Muchas industrias mediáticas en varias regiones han desarrollado voluntariamente códigos de diversidad, con el objetivo de garantizar que las industrias mediáticas demuestren un compromiso con el contenido y con las iniciativas que son inclusivas y diversas. Muchas industrias mediáticas también siguen un código de ética que prohíbe el uso de material abusivo o discriminatorio basado en la raza, la etnia, la edad, el género, la habilidad física o el estado marital.

Las preguntas claves en este módulo incluyen: ¿Quién se beneficia de la aceptación de representaciones inapropiadas de medios y quién pierde? ¿De qué forma estas imágenes influyen en la forma en cómo nos vemos a nosotros mismo y a otros? ¿De qué forma influye nuestro conocimiento y entendimiento del mundo más allá de nuestra experiencia inmediata?

UNIDADES

1. Informes de noticias y el poder de las imágenes
2. Códigos de la industria sobre la diversidad y la representación
3. Televisión, películas y publicación de libros
4. Videos musicales y su representación

UNIDAD 1: INFORMES DE NOTICIAS Y EL PODER DE LAS IMÁGENES

- DURACIÓN: 3 horas

TEMAS CLAVES

- Estudio de caso: informe de noticias
- El poder de lo visual

- Representación de desastres
- Representación de género

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- Analizar las representaciones de la cobertura de noticias de eventos particulares
- Examinar un reporte de noticias que ofrezca representaciones alternativas de aquellos que se encuentren en los medios principales
- Evaluar el impacto de las presentaciones en la audiencia y en el sujeto que está siendo presentado
- Analizar las representaciones de género en los medios y sistemas de información

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

- Debido a nuestra dependencia en los medios visuales, algunos críticos de los medios han expresado su preocupación sobre ciertos eventos que se presentan en los medios, en especial los desastres. Examine la cobertura de los medios de los eventos diarios y temas y valore hasta qué punto estas preocupaciones son válidas. Discuta las reacciones a las imágenes de las personas que han sido afectadas por una tragedia o un desastre. Investigue y reflexione acerca de las estrategias que los periodistas utilizan al trabajar en los principales medios y los medios alternativos para demostrar el impacto emocional de los eventos y a la vez mantener la privacidad y la dignidad de las personas.
- Investigue y analice la cobertura de los medios de un evento importante como el terremoto en Haití, el tsunami en Asia, o el genocidio en Ruanda. Este estudio de caso debería enfocarse en las imágenes de la cobertura de noticias y las representaciones de las personas y los temas que se vinculan con estos eventos[5] . Los profesores pueden hacer una búsqueda en Internet para localizar las imágenes que aparecieron en la cobertura de estos eventos en los principales medios. Se pueden utilizar las siguientes preguntas para analizar la cobertura y las imágenes en detalle:
    - Describa lo que se presentó en la cobertura de televisión y periódicos. Identifique las imágenes que se utilizaron más a menudo. Examine cómo se construyeron estas representaciones, considerando el uso de los ángulos de la cámara, la composición de la fotografía, tipos de fotos, quién o qué se ve en el metraje/fotografía y quién o qué está excluido.
    - ¿Qué mensaje se transmite a través del uso de estas imágenes? ¿Qué historia cuentan las imágenes? Evalúe el potencial que estas imágenes puedan tener para que se conviertan en íconos. ¿Qué impacto podrían tener estas imágenes sobre las audiencias? Considere el efecto de las imágenes sobre el entendimiento de los espectadores, su relación, o el tema.
    - Discuta si la información sobre un evento que no existe en imágenes puede ser recordada o no. Explore el poder de las imágenes para "obliterar" otra información que

5 Por ejemplo: http://www.rwanda-genocide.org/multipmedia.html

no está contenida en una forma visual. ¿Cuáles son las implicaciones para una ciudadanía informada?

EQUIDAD DE GÉNERO Y EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES

- Cada vez más, los temas de género se vuelven más importantes en la agenda de desarrollo de las agencias de desarrollo internacional (tales como la ONU), los sistemas de gobierno nacional y regional así como las organizaciones de la sociedad civil. En 1995 la declaración de Beijing y la Plataforma de Acción, adoptada en la Cuarta Conferencia Mundial de Mujeres de Naciones Unidas, destacó el rol central de los medios para promover la equidad de género en todas las esferas. Se convoca a todos los actores a que unan sus fuerzas para combatir el "estereotipo de las mujeres y la inequidad del acceso y participación a todos los sistemas de comunicación, especialmente en los medios".
- Hay una clara necesidad de enfatizar el papel de los medios y otros proveedores de información como las bibliotecas, los archivos e Internet para alcanzar los objetivos de la declaración. En una discusión en clase, explore preguntas como: ¿Cómo los medios y otros proveedores de información pueden evaluar eficazmente su respuesta sensible ante el género, y cómo a su vez, la sociedad civil, puede evaluar esta respuesta? ¿Los medios son sólo transmisores de la información relacionada con la equidad de género o son socios para que la declaración de Beijing se vuelva operativa, posibilitando la creación de conocimiento y multiplicando sus resultados? ¿Si en realidad son socios, cómo pueden los medios jugar este papel de una manera eficaz?
- Por muchos años, los actores a nivel mundial se han enfocado en el desarrollo mediático para abordar los temas relacionados con la equidad de género y el empoderamiento de las mujeres. AMI es necesario para los usuarios de los medios y sistemas de información y puede promover un comportamiento mediático sensible al género. A través de AMI, las audiencias (lectores, espectadores y oyentes) están equipadas con las habilidades necesarias (conocimiento, destrezas y actitudes) para evaluar los desempeños sensibles al género, de los medios y de los sistemas de información, y para participar en ellos
    - Pidan al profesor que realice una pequeña encuesta para responder a algunas de las siguientes preguntas: ¿Las organizaciones de medios se encuentran promoviendo AMI en su país? ¿De qué forma lo están haciendo? ¿Qué evidencia existe para indicar que lo están haciendo? Si es posible, cite algunos ejemplos. ¿De qué forma puede AMI ayudar a tratar los temas de equidad de género? ¿Qué programas de desarrollo local que estén relacionados con temas de género existen en sus países y comunidades? ¿Cuáles son algunos de los retos de implementación de estos programas? ¿Hasta qué punto los medios y otros proveedores de información están involucrados en estos proyectos? ¿De qué forma creativa cree usted que se pueda utilizar AMI para incluir temas de género en los medios e información y mejorar la representación de las mujeres? A través de estas y otras preguntas, investigue experiencias, buenas prácticas y haga recomendaciones para considerar la equidad de género y la alfabetización mediática e informacional. ¿Cuáles son sus puntos de vista personales en cuanto a la equidad de género? ¿Cómo podrían influir sus propios puntos de vista y su experiencia en su apreciación de las representaciones de género en los medios y otros proveedores de información?
- Existen dos perspectivas principales en relación a las mujeres y otros proveedores de información. Una es en relación al estatus de la mujer que trabaja en los medios y otros proveedores de información y la otra es sobre la cobertura de la imagen de la mujer en los medios y otros proveedores de información.

- Tome en cuenta algunos de los descubrimientos en el Proyecto de Monitoreo Global de los Medios 2010 y el Informe Global sobre el Estatus de las Mujeres en la Sala de Prensa (ver la lista de recursos al final de esta unidad) o cualquier otra investigación relacionada con las mujeres y los medios y otros proveedores de información. Discuta cualquiera de las combinaciones a estas preguntas: ¿Cuáles son las implicaciones individuales y colectivas de estos descubrimientos? ¿Qué tipos de imágenes de mujeres prevalecen en los medios? ¿Qué factores sociales, económicos, culturales y políticos podrían ser la motivación que hay detrás de estas imágenes? ¿Debería ser esto una causa de preocupación? ¿Debería su gobierno tomar acciones para abordar estas imágenes negativas? Si es así, describa. ¿Qué debería hacer la sociedad civil para abordar estos temas? ¿Cree usted que es mejor que los medios tomen acciones auto regulándose en lugar de imposiciones de los gobiernos u otras entidades externas? Explíquelo. ¿Debería ser diferente en los medios financiados con fondos públicos y otros proveedores de información que en los privados? ¿Cree usted que los medios con fondos públicos tienen una obligación particular para garantizar la equidad de género y el empoderamiento de las mujeres? ¿Le ha empoderado AMI para que usted tome acciones? ¿De qué forma? ¿Cuáles son sus puntos de vista personales sobre la equidad de género? ¿De qué forma su propia visión y experiencia puede influir en sus interpretaciones de la representación de género en los medios y otros proveedores de información? ¿Cree usted que si más mujeres trabajasen en los medios y otros proveedores de información las imágenes de las mujeres en relación a las de los hombres cambiarían? ¿Por qué cree esto? ¿Qué es lo que dicen las investigaciones sobre esto?

El capacitador deberá tomar en cuenta el desarrollo de actividades similares como las descritas anteriormente que se relacionan con género, para otros grupos marginados como las personas con discapacidades físicas, los grupos indígenas, grupos de minorías étnicas y los pobres de las ciudades o de las comunidades rurales, etc. El objetivo debería ser explorar la representación de estos grupos en los medios para poder comprender cómo se han creado estas representaciones y para quién, para cuestionar los beneficios si estas representaciones se aceptan, y quien tiene se encuentra en situación de desventaja como resultado.

RECOMENDACIONES DE EVALUACIÓN

- Análisis y evaluación de imágenes visuales en el reportaje de noticias – incluyendo componentes técnicos/de diseño.
- Identificación y evaluación de los procedimientos de reportaje que mejor contribuyen al desarrollo de una ciudadanía informada.
- Evaluación del impacto visual en la audiencia

UNIDAD 2: CÓDIGOS DE LA INDUSTRIA SOBRE LA DIVERSIDAD Y LA REPRESENTACIÓN

- DURACIÓN: 2 horas

TEMAS CLAVES

- Códigos mediáticos y ética
- Aplicación de los códigos en varios medios
- Evaluación de códigos y regulaciones

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- Examinar la diversidad y los códigos de ética en las diversas industrias mediáticas
- Aplicar los códigos mediáticos y de ética a una variedad de imágenes mediáticas y textos
- Evaluar los textos mediáticos basados en los códigos mediáticos y de ética
- Evaluar los propósitos y la eficacia de estos códigos
- Sugerencias/cambios recomendados para los códigos mediáticos y de ética

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

La necesidad de evitar las regulaciones de estado sobre los medios ha llevado a que las industrias mediáticas en varias regiones desarrollen voluntariamente códigos de diversidad, orientados a asegurar que estas industrias demuestren un compromiso con el contenido y las iniciativas que son inclusivas y diversas. Muchas industrias también siguen un código de ética que prohíbe el uso de material abusivo o discriminatorio basado en la raza, la etnia, la edad, el género, la habilidad física o el estatus marital.

— ACTIVIDADES

- Investigue los códigos de práctica/lineamientos éticos que existen en su región. Identifique quien es responsable de crear estos códigos de práctica. Haga un resumen de las principales áreas que se incluyen y explique su propósito. ¿De qué forma apoyan los intereses de los ciudadanos y consumidores? ¿Qué efecto pueden tener estas regulaciones sobre la industria?
- Aplique el código de práctica a las representaciones en las noticias del ejercicio previo. Evalué hasta qué grado se cumplen estas regulaciones. Tomen en cuenta el texto y contexto de su evaluación. De ejemplos específicos de la cobertura que sustenten su respuesta. Si existen casos en los cuales los reportajes violan estas regulaciones, ¿qué recurso tienen disponible los individuos?

- Examine otras áreas donde los medios están cubiertos por estos códigos (por Ej. imágenes de género en la publicidad). Evalúe hasta qué punto se siguen estas regulaciones. Detalle la retroalimentación que usted daría a los entes reguladores y/o productores de estos textos mediáticos

RECOMENDACIONES DE EVALUACIÓN

- Resumen de las principales áreas de códigos de diversidad/ética
- Aplicación de estos códigos en los diferentes textos mediáticos
- Recomendaciones de cambios/adiciones a los códigos/ética

UNIDAD 3: TELEVISIÓN, PELICULAS Y PUBLICACIÓN DE LIBROS

- DURACIÓN: 2 horas

TEMAS CLAVES

- Películas destacadas – fórmula para el éxito
- Representación en las películas
- Representación en los libros
- Hollywood, comunidad e historias indígenas

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- Examinar el éxito de los programas actuales de televisión y de las películas destacadas
- Evaluar las representaciones de las películas, la televisión e impresos (incluyendo libros)
- Desarrollar un tratamiento para películas y/o televisión
- Examinar la colocación de los programas de televisión en un horario estelar
- Analizar la representación de género en la publicidad
- Analizar las estrategias técnicas en las representaciones
- Examinar historias alternativas, indígenas en la televisión y en las películas

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

Las películas son uno de los medios más poderosos en los últimos cien años, que convocan a masas en todo el mundo. En los años recientes, la televisión e Internet también han llegado a un gran número de personas en muchos lugares del mundo. Al mismo tiempo, los libros continúan siendo una fuente importante de ideas e información. Los cuatro medios y los proveedores de información pueden jugar un papel significante y dar forma a cómo la sociedad se comprende a si misma al contar historias nacionales y promover versiones particulares de la historia nacional. Una parte importante de la alfabetización mediática e informacional (AMI) es entender cómo estos medios dan forma a nuestro sentido del mundo en el que vivimos.

— ACTIVIDADES

- Utilice el Internet para investigar el éxito de una película reciente. Visite un sitio en la red como Box Office Guru. Haga una lista de cinco películas que tienen éxito de taquilla local o internacional. Si es posible vea los cortos en línea de cada una de estas películas, o seleccione una película y véala completamente. Describa quién o qué se representa como parte central de la historia. Explique por qué cree que esta representación pueda gustar a las audiencias.
- Pida a los profesores que identifiquen las diversas versiones de la representación de eventos históricos, por ejemplo Napoleón en Rusia: libros publicados durante y sobre ese período; películas creadas en varios géneros; ilustraciones o fotografías, y cualquier otro formato visual como fotos o videos musicales. Visite un museo o un archivo (si existe uno de estos en su región sobre el tema) y basado en esto, recopile el material para preparar un ensayo sobre sus observaciones.
- Escoja cualquier libro o artículo escrito sobre su país. Puede ser también acerca de su comunidad, su cultura, o un evento específico. Identifique cómo se representan los diversos aspectos del tema seleccionado. ¿Está usted de acuerdo con estas representaciones? ¿Por qué o por qué no? Discuta.
- Obtenga una colección de comerciales de Internet o de los periódicos locales o de la televisión en su país. Trate de garantizar que estos comerciales representan tanto a los hombres como a las mujeres. En pequeños grupos, discuta cómo las mujeres están representadas en los anuncios con relación a los hombres. Anote algunas de sus observaciones. Discuta sobre las posibles implicaciones de algunas de estas representaciones. Algunas representaciones son vistas de diferente manera por algunos miembros del grupo. ¿Por qué cree que esto sucede?
- Una fórmula popular de película se enfoca en el mito arquetípico del "viaje del héroe". Los mitos representan sistemas de creencias implícitos que expresan los miedos, los deseos y las aspiraciones de una cultura. En estas historias, el héroe – desconocedor de su destino – es llamado a realizar una importante búsqueda. Usualmente el héroe atraviesa por una serie de etapas como parte de esta búsqueda, incluyendo: su "nacimiento" o inicios, llega a ser consciente de su "llamado" o destino, experimenta el romance, se enfrenta con sus adversarios, recibe consejos de un anciano sabio, y finalmente regresa a casa
  - Cree una lista de películas que se basen en esta fórmula. Haga un recuento, describa al héroe, explique hasta qué punto el héroe representa los deseos y los valores del individuo en la sociedad.
  - Describa el trabajo de las cámaras así como el uso de la música y el sonido. Evalué como estos elementos técnicos refuerzan la representación central de la historia (es decir la impresión creada por el villano o el héroe romántico). Explique cómo el significado de

algunas escenas específicas en la película cambiaría, si por ejemplo, la banda sonora fuese distinta.

- "Nuestra meta es tener una variedad de perspectivas representadas en las películas y en la televisión. El aumentar los puntos de vista que están disponibles en la pantalla no le quita nada a nadie: Es más, esto lleva a tener una programación más amplia y mejor, nuevos puntos de vista en la pantalla". (Joan Pennefather, primera mujer presidenta de la National Film Board de Canadá, en Maclean's 29 de marzo, 1993)
    - Visite los sitios de la red de los medios principales, indígenas o comunitarios que representan alternativas a los éxitos de Hollywood. Revise la selección de las historias que se cuentan a través de estas compañías y organizaciones. Compare estas historias con aquellas que se producen en los principales estudios de Holywood. Evalué el valor de estas organizaciones "independientes" al dar representación o voz a historias alternativas, o indígenas
    - Hable acerca de la responsabilidad de las industrias de filmación y de la televisión hacia sus espectadores. ¿Por qué los espectadores deberían ser capaces de verse a sí mismos y a sus historias en la pantalla? Hable sobre las implicaciones de las historias principales y sus representaciones para varias audiencias. Explore cómo los canales especializados, varios sitios de Internet, blogs y nuevas tecnologías están influyendo en el arte de contar historias y ofreciendo representaciones alternativas para las audiencias

RECOMENDACIONES DE EVALUACIÓN

- Análisis de los ejemplos actuales de programas de televisión y películas exitosas
- Evaluación del impacto de las estrategias técnicas y de forma sobre el contenido y representaciones.
- Examen y evaluación de las organizaciones de filmación nacionales y las compañías de producción independiente para ofrecer historias alternativas, indígenas u originarias.

UNIDAD 4: VIDEOS MUSICALES Y SU REPRESENTACIÓN

- DURACIÓN: 2 horas

TEMAS CLAVES

- Análisis de los videos musicales
- Representación

- Música y cambio social
- Uso de los storyboards

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- Desarrollar un storyboard y el tratamiento para un video musical
- Analizar un video musical, poniendo énfasis en las representaciones de género, raza y sexualidad
- Examinar la representación de música "alternativa"
- Comparar las representaciones de medios alternativos con los medios principales

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

La música juega un papel vital en la sociedad humana. Generalmente se ve a la música como una forma de entretenimiento pero también juega un papel importante en muchas prácticas religiosas y culturales, y a menudo se la utiliza en las luchas políticas. El entender cómo la música puede afectar a las audiencias es un componente importante de AMI.

- Utilizando Internet, examine los videos de los principales artistas de hoy. Analice los mensajes y los valores de los videos musicales de su elección (dependiendo de la disponibilidad de las letras de las canciones así como de los videos de las canciones). El análisis debe incluir lo siguiente:
  - Examen del contenido de las letras, incluyendo una descripción de las formas en las cuales las imágenes del video se relacionan con las letras y la melodía de la canción, y cuál es la interpretación que el profesor da a las letras.
  - Examen de los componentes técnicos del video, considerando el uso del color, la iluminación, la edición (ritmo, yuxtaposición, cortar con el compás) los efectos especiales, y la conexión entre el audio y los componentes del video.
  - Examen de los temas sociales que se tratan en el video, tomando en cuenta cómo aquellos mensajes pueden cambiar si personas de diferentes clases sociales o razas se incluyen, o si los personajes masculinos y femeninos cambian de papeles

  Interpretación de los mensajes ideológicos y valores que se presentan en el video utilizando las siguientes preguntas como guía:

  - ¿Presenta el video las creencias de un grupo en particular?
  - Describa las representaciones de hombres y mujeres en el video. ¿Se usa alguna clase de estereotipo? ¿Si es así, con qué propósito?
  - ¿Quién está en la posición de poder? ¿Quién no? ¿Quién se beneficia como resultado?
  - ¿El video excluye a algún grupo de personas o a sus creencias?
  - ¿Qué definiciones de felicidad, éxito o moralidad están implícitas?
  - Determine cuál es la audiencia escogida. Evalué hasta qué punto el video puede tener algún interés más allá de esta audiencia seleccionada.
- Evalúe el poder de la cultura popular y de la música como herramientas para un cambio transformacional. ¿Hasta qué punto los músicos y los artistas tienen un papel para emitir

comentarios políticos y sociales y promover la justicia social? Miren el trabajo realizado por la organización Freemuse, que tiene su base en Dinamarca, la cual apoya a los músicos que han estado involucrados en causas políticas y sociales. ¿Qué temas o eventos han sido representados en su música? ¿Cuál es el propósito?

- Elija la letra de una canción y prepare un storyboard para un video musical que transmitirá el mensaje de la letra. Seleccione con cuidado las imágenes que van a representar a la letra. Identifique y seleccione los elementos técnicos que podrían mejorar esta representación.
  - Si ya existe un video de esta canción, compare el storyboard con el video que se ha producido, anotando las diferencias y similitudes en las imágenes y técnicas.
- Visite un sitio de Internet de una organización como MediaWatch (www.mediawatch.org), que participa en contra del "racismo, sexismo y violencia en los medios a través de la educación y la acción". Investigue los objetivos y las campañas de esta organización y otras similares.

RECOMENDACIONES DE EVALUACIÓN

- Análisis y evaluación de los ejemplos actuales de videos musicales basados en representaciones, elementos técnicos, ideología y mensajes de valor.
- Desarrollo de storyboard(s) de acuerdo a la letra de una canción de su elección

RECURSOS PARA ESTE MÓDULO

Las primeras seis fuentes que se citan a continuación son sólo ilustrativas y se han tomando principalmente de Norteamérica. Puede que no sean apropiadas fuera de esta región así que los capacitadores deberán desarrollar o investigar sus propios recursos que se centren de manera preferente en su propia región.

- Reconstrucciones, un sitio lanzado por los miembros de la comunidad de Medios Comparativos de MIT después de los sucesos que siguieron al 11 de septiembre 2001: http://web.mit.edu/cms/reconstructions
- Imob, gran rango de enlaces a música, grabaciones, películas, tecnología, cursos de producción: www.imob.com
- BIRTH archivos históricos de la televisión europea : http://www.birth-of-tv.org/birth
- Cynopsis (en inglés), noticias diarias gratuitas orientadas a la industria de la televisión – un número de ediciones están disponibles: www.cynopsis.com
- Box office Guru, figuras Americanas e internacionales de la taquilla, tanto del pasado como del presente se encuentran enumeradas aquí: http://boxofficeguru.com
- Base de datos del las películas en Internet, el sitio más completo para investigar sobre películas y televisión. Hay una gran cantidad de información sobre títulos individuales, críticas, chats, actores, directores, géneros: www.imdb.com
- Cuarta Conferencia Mundial sobre las Mujeres de ONU, Declaración de Beijing y Plataforma de Acción (1995) en, http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/platform/
- Federación Internacional de Periodistas. (2009). Llegando al balance correcto: Equidad de Género en el Periodismo: Bruselas, Bélgica en , http://portal.unesco.org/ci/en/files/28397/12435929903gender_booklet_en.pdf/gender_booklet_en.pdf

- Asociación Mundial Cristiana para la Comunicación. (2010). Quien hace las noticias? Proyecto Global de Monitoreo de Medios: Toronto, Canadá en, www.whomakesthenews.org
- International women's Media foundation. (2011). Informe global sobre el estatuos de las mujeres en los Medios de Noticias: Washington, DC. USA en,, http://www.iwmf.org/pdfs/IWMF-Global-Report.pdf



MÓDULO 4: LENGUAJE EN LOS MEDIOS E INFORMACIÓN

"El lenguaje es la fuente de los malentendidos."

Antoine de Saint-Exupéry (1900 – 1944)

ANTECEDENTES Y FUNDAMENTOS

"El medio es el mensaje", ahora es una famosa cita que Marshall Mcluhan hizo en 1964. Si bien el medio puede afectar a la forma en cómo se reciben los mensajes, los propios antecedentes/experiencia de los usuarios/audiencias también pueden afectar la interpretación de los mensajes. Un primer paso importante para ser alfabetizados en medios e información es entender cómo la información, las ideas y el significado se comunican a través de y por varios medios y otros proveedores de información, tales como bibliotecas, archivos, museos e Internet. Cada medio tiene su propio "lenguaje" o gramática que trabaja de forma única para trasmitir un mensaje. El "lenguaje" en este sentido se refiere a los ingredientes técnicos y simbólicos, los códigos o las convenciones que los profesionales de los medios e información pueden seleccionar y usar en un esfuerzo por comunicar ideas, información y conocimiento. Los códigos técnicos incluyen sonido, ángulos de cámara, tipos de tomas e iluminación. Por ejemplo, pueden incluir música siniestra para comunicar peligro en una película, o utilizar ángulos altos para crear un sentimiento de poder en una fotografía. Los códigos simbólicos incluyen el lenguaje, el vestuario o las acciones del personaje, símbolos icónicos que son fáciles de entender. Por ejemplo, una rosa roja puede usarse simbólicamente para comunicar un romance, o un puño cerrado puede usarse para representar la ira. Los lenguajes de los medios también pueden incluir el uso repetido de palabras particulares, frases o imágenes, también conocidas como lenguaje verbal o visual. Cuando estudiamos los lenguajes de los medios, hay tres preguntas principales que debemos tomar en cuenta: ¿Cómo las audiencias de los medios entienden el lenguaje de los medios?

¿Cuáles son algunos de los principales códigos y convenciones que las personas que trabajan en los medios e información utilizan hoy en día? Otra pregunta importante es si distintas personas pueden obtener distintos significados que provienen de un mismo texto o pieza de información.

Este módulo busca capacitar a los profesores para que adquieran conocimiento sobre una variedad de lenguajes de los medios para permitirles que entiendan las formas en las cuales la información y los mensajes pueden ser transmitidos y cómo su interpretación de la información o de las ideas de los medios y de otros proveedores de información pueden estar relacionadas con el tipo de lenguajes utilizados.

UNIDADES

1. Lectura de Medios y Textos de Información
2. El Medio y el Mensaje: Noticias Impresas y Difundidas
3. Géneros de Películas y Cuentos

UNIDAD 1: LECTURA DE MEDIOS Y TEXTOS DE INFORMACIÓN

- DURACIÓN: 2 horas

TEMAS CLAVES

- Examinar los códigos y las convenciones de los textos de información
- Análisis del significado: símbolos y lenguaje visual
- Explorando los lenguajes en los medios – collages de fotografía y video

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- Identificar los códigos y convenciones que transmiten mensajes a una variedad de medios y textos de información
- Identificar los signos y símbolos utilizados para una variedad de propósitos en las comunidades locales y globales

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

- Enumerar algunos códigos técnicos y simbólicos así como convenciones que se utilizan en el seguimiento de medios y textos de información: telenovelas o radionovelas, folletos de turismo, documentales, comedias familiares, y propagandas políticas. ¿Qué mensajes e informaciones se transmiten a través de estos códigos?
- Identifique los signos y símbolos que se utilizan en su comunidad para una variedad de propósitos con el objeto de transmitir la información (por Ej. para direcciones, ubicación de atracciones, etc.) describa los "lenguajes" verbales y visuales que se utilizan en estos signos y símbolos para que puedan ser entendidos por las personas en su comunidad. Tome en cuenta el uso de la fuente, las imágenes estilizadas, el diseño, etc.
- Examine una variedad de tarjetas postales de su país o comunidad. Identifique cuáles son los principales códigos simbólicos o técnicos que se utilizan en cada uno. ¿Qué tipo de información se comunica sobre su país a través del uso de estos códigos? ¿Qué información se omite? Cree una tarjeta postal de un lugar o una organización que usted elija. ¿Qué códigos técnicos y simbólicos usted utilizará para transmitir información importante y crear la impresión deseada?
- Utilizando imágenes estáticas o de video, cree un collage de imágenes para transmitir la importancia de su escuela/colegio a una audiencia escogida. Considere el uso apropiado de íconos, símbolos, lenguaje visual/verbal, música, colores, tomas y ángulos de cámara, etc. para cautivar y hablar a esta audiencia. La audiencia para este collage podría ser los potenciales estudiantes que podrían inscribirse en la escuela, los padres de estos estudiantes, los directivos de la escuela, un político, etc.

RECOMENDACIONES DE EVALUACIÓN

- Análisis de los códigos y convenciones de una variedad de textos
- Análisis de los signos y símbolos en la comunidad
- Análisis y evaluación de los códigos que se utilizan en las tarjetas postales locales o nacionales
- Creación de un collage

UNIDAD 2: EL MEDIO Y EL MENSAJE: NOTICIAS IMPRESAS Y DIFUNDIDAS

- DURACIÓN: 2 horas

TEMAS CLAVES

- Análisis de los códigos y las convenciones en los órganos de información pública
- Aplicación de los códigos y las convenciones de una historia de noticias
- Lenguajes de los medios y su significado: evaluación y análisis de las noticias y de la información

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- Analizar los códigos y convenciones que se utilizan en la televisión, la radio y la cobertura de periódicos durante un evento
- Aplicar estos códigos y convenciones a una noticia en particular
- Evaluar las formas en las cuales el medio y sus códigos particulares y sus convenciones pueden moldear el mensaje que se transmite
- Evalúe la información que puede ser transmitida a través del uso de un medio en particular

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

- Un gobierno está planificando cambiar la legislación que tendrá un efecto sobre la protección ambiental. Un oficial del gobierno acaba de dar un discurso para justificar la posición del gobierno. Un gran número de personas jóvenes se han presentado para protestar y se desata una lucha entre los que protestan y la policía
  - Prediga cómo este evento va a ser cubierto por un periódico, una estación de radio o una estación de televisión. ¿Cómo cree usted que la cobertura diferirá y por qué? ¿Cuántas de estas diferencias se basarían en las características particulares de cada medio?
- Elija un evento de actualidad o un tema de interés como una nueva política escolar, o evento cultural o político reciente, o un tema de salud y trabaje en grupos para desarrollar una noticia sobre este evento que aparecerá en la radio, en un periódico y en un programa de noticias en la televisión. Para la radio, la historia no puede ser más larga de 20 segundos; para el periódico, no más de 210 palabras; y para la televisión, 1-2 minutos. Después de completar las historias, hable sobre los resultados utilizando las siguientes preguntas como guía:
  - ¿Cómo los distintos medios afectan al tipo de cobertura y a la información que se puede dar?

- ¿Qué códigos y convenciones se utilizan en el desarrollo de cada historia?
- ¿De qué forma este ejercicio es un ejemplo de la frase "el medio es el mensaje"?

ﬁ Cree un collage de imágenes o símbolos que puedan ser utilizados por una escuela u otra institución, tomando en cuenta la audiencia seleccionada y la información que se transmite.

RECOMENDACIONES DE EVALUACIÓN

Descripción y evaluación de los posibles tipos de cobertura de noticias en una variedad de medios.

ﬁ Desarrollo y análisis de las noticias para la radio, la televisión y los periódicos

UNIDAD 3: GÉNEROS DE PELÍCULAS Y DE CUENTOS

ﬁ DURACIÓN: 2 horas

TEMAS CLAVES

ﬁ Géneros de películas

ﬁ Códigos técnicos y simbólicos en las películas

ﬁ Hacer un storyboard de una escena de una película

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

ﬁ Identificar una variedad de géneros de películas y de códigos y de convenciones asociadas con ellos (uso de técnicas de filmación, contenido, tema, personajes, tramas convencionales, situaciones y ambientes)

ﬁ Identificar códigos técnicos y simbólicos particulares que se utilizan para transmitir el mensaje en una película

ﬁ Desarrollar un storyboard de una escena de una película que incluya los códigos y las convenciones de un género en particular

ﬁ Identificar los códigos y las convenciones que se utilizan en un género popular de películas en otro país

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

- Desarrolle una lista de géneros de películas que a usted le gusten. Identifique los elementos claves que definen a cada género. Vea una escena de estas películas. Anote lo siguiente: trama, ambiente, tipos de personajes, música, iluminación, efectos especiales, edición y trabajo de cámara. ¿Qué mensajes y valores se transmiten a través del uso de estos elementos en la película? Explique como el significado de la escena puede ser alterado al cambiar varios elementos (por Ej. escenario, banda sonora, etc.)
- En grupos cree un storyboard de una escena de una película de su elección. Explique las formas en las que el “lenguaje” de la película se plasma en cada escena
- Proyecte a los profesores un clip de una película popular de un país extranjero. Compare y contraste “lenguaje” que se utiliza en la película con aquel de una película producida en su propio país. Hable sobre el efecto de varias técnicas utilizadas. ¿Qué se comunica a través de estas técnicas? ¿Cuál es la audiencia seleccionada de cada película?
- Utilizando el Internet o una biblioteca local, ubique dos carteles de la misma película que serán presentados en distintos países y tome en cuenta las siguientes preguntas:
    - ¿Qué impresión de la película se transmite a través de los carteles?
    - ¿Qué códigos técnicos y simbólicos se utilizan? ¿Cuál es el propósito?
    - ¿Basándose en los carteles, puede identificar cuál es la audiencia seleccionada para cada película ?
    - A través de los carteles, ¿qué información se transmite sobre cada película?

RECOMENDACIONES DE EVALUACIÓN

- Análisis de una escena de la película
- Creación de un storyboard de una escena de una película
- Análisis de un cartel de una película
- Comparación de películas

TEMAS PARA SER CONSIDERADOS EN EL FUTURO

- Uso de la banda sonora de la película
- Trabajo creado por los Artistas Foley quienes crean los efectos sonoros
- Convenciones de cine documental

RECURSOS PARA ESTE MÓDULO

Los recursos que se enumeran a continuación son sólo ilustrativos y la mayoría provienen de América del Norte y del Reino Unido. Puede que no sean apropiados fuera de esta región, por lo tanto los capacitadores deberán desarrollar o investigar sus propios recursos centrados principalmente en su propia región.

- Goodman, Steve. (2003). Teaching Youth Media: A Critical Guide to Literacy, Video Production, and Social Change. NY: Teacher's College Press.
- Hitchcock, Peter. (1992). Videography: A Guide to Making Videos. Ontario, Canada: Peter Hitchcock Productions.
- Jenkins, Henry. (2006). Convergence Culture: Where Old Media and New Media Collide. US: New York University.
- McLuhan, Eric and Zingrone, Frank. (1995). Essential McLuhan. Canada: Anansi.
- Bone, Jan and Johnson, Ron. (2001). Understanding the Film: An Introduction to Film Appreciation. US: Glencoe McGraw Hill.
- Bordwell, David and Thompson, Kristin. (1998). Film Art: An introduction. 6th edition. US: McGraw Hill.
- Film Education, 91 Berwick Street, London UK W1F 0BP . Esto incluye una variedad de materiales de enseñanza gratis y excelentes guías de estudio, que pueden ser bajadas del sitio, www.filmeducation.org.
- Guías de estudios de películas para colegios : escritas por Pacific Cinematheque y distribuídas por la Agencia de Enseñanza Abierta de BC, Canadá, estas incluyen guías de estudio para películas individuales www.cinematheque.bc.ca
- National Film Board of Canada. www.nfb.ca El NfB trabaja con escuelas y colegios, bibliotecas públicas y museos para unir las películas de documentales y la educación.
- Howard, Sue ed. (1998). Wired-Up: Young People and the Electronic Media. UK: Routledge. Esta antología está diseñada como una introducción asequible importante para la investigación en relación a las nuevas tecnologías de comunicación.



MÓDULO 5: PUBLICIDAD

ANTECEDENTES Y FUNDAMENTO

La publicidad está relacionada con el uso pagado de los medios (impreso y electrónico) – en términos de tiempo o espacio – para promover un mensaje, servicio o producto. Si hablamos en general, existen dos tipos de publicidad: la publicidad comercial; y los anuncios de bien público que a veces se los llama mercadeo social. Generalmente la publicidad comercial tiene que ver con la promoción de una persona, producto, servicio o compañía para generar ventas (por Ej. comerciales y anuncios impresos para compañías de confección, gaseosas, películas, etc.), mientras que los anuncios de bien público tienen que ver con la promoción de mensajes y servicios que benefician al público en general (por Ej. mensajes de salud y seguridad, promoción literaria, etc.) Las dos formas de publicidad constituyen la fuente primaria de ingresos para los medios tradicionales y nuevos. Los ingresos que los medios y otros proveedores de información reciben de la publicidad se utilizan para pagar los costos operativos y el desarrollo de contenido (por Ej. programas de televisión, material para el sitio en red, artículos de revistas, programas radiales, etc.) Sin estos ingresos, la mayoría de compañías de medios privados, que forman la parte central del mecanismo de defensa para la democracia y las libertades de las que gozamos, podrían no sobrevivir.

Es importante que los medios atraigan los ingresos de la publicidad al ofrecer oportunidades o “vehículos” que atraen a los publicistas o a los auspiciantes. Por lo tanto, a menudo los medios desarrollan contenidos que están en la demanda pública o que atraerán a varios grupos grandes de ciudadanos. Estos grupos se pueden clasificar de acuerdo a la edad, la raza, el sexo, el ingreso, la persuasión política y más diferencias similares.

De una u otra forma, la publicidad alcanza casi todos los confines del mundo. Compañías, organizaciones, ciudadanos y gobiernos utilizan la publicidad para promover los productos y servicios, y para transmitir información, creencias y valores. La información o mensajes que se transmiten a través de la publicidad son esenciales para la toma de decisiones del público.

Dado el importante papel que tiene la publicidad en nuestras sociedades en la actualidad, los profesores deben comprender qué es lo que implica la creación de una publicidad eficaz y ser capaces de evaluar la publicidad como fuente de información. Más aún, es importante que los profesores aprendan sobre los mecanismos que permiten a los ciudadanos retroalimentarse sobre los anuncios de la industria y de los funcionarios del gobierno.

Sin embargo, la publicidad también puede tener un efecto negativo en los medios. La presión de los anunciantes puede conducir a que los periodistas eviten escribir sobre temas controvertidos. Puede llevar el contenido de interés público a favor del entretenimiento que atrae a una audiencia en particular. A menos que exista una clara delimitación entre los editoriales y el lado comercial de los medios, que cada vez es menor, entonces los intereses del negocio de la compañía de medios pueden tener un impacto sobre el contenido y la cobertura de noticias sin que esto sea evidente.

Si bien las oportunidades de publicidad se han expandido con la explosión de los medios y la tecnología, la industria continúa siendo regulada por códigos específicos que tratan de mantener la confianza del público. Hablando en general, estos códigos operan a nivel nacional y están creados por la industria de la publicidad. Estos códigos están diseñados para ayudar a asegurar que la publicidad sea verdadera, justa y precisa. En muchos países, los consumidores pueden acudir a los consejos de publicidad y grupos de consumidores por si tienen preguntas o preocupaciones sobre las prácticas de la industria.

La publicidad en el presente ha ido más allá de su papel tradicional. Ya no sólo está limitada a comerciales de televisión, anuncios en revistas o vallas publicitarias, en la actualidad a la publicidad se la puede usar para más y más productos, mensajes informativos e ideas, ahora se las puede presentar a través de los pop-ups en los sitos en red, teléfonos móviles y otros dispositivos manuales, colocación de productos en películas y programas de televisión, y acuerdos de auspicios, a medida que las compañías continúan buscando nuevas formas de presentar su información al público. Los gobiernos, políticos y organizaciones no-gubernamentales (ONGs) también utilizan estrategias de publicidad a medida que tratan de promover o ganar la aprobación para sus políticas o programas, y en algunos casos para mejorar su imagen.

En muchos países, la base local de los comerciales no es suficiente para mantener a todas las entidades mediáticas que existen. Por lo tanto, a veces, las compañías mediáticas también deben depender de la publicidad de compañías extranjeras así como de las de gobierno. Adicionalmente, las compañías internacionales y las organizaciones que quieren llegar a las audiencias locales, compran espacios de publicidad de los medios locales. En años recientes, hemos visto emerger las “supermarcas”: productos o compañías cuyos esfuerzos de publicidad y marca se han “convertido en globales”.

UNIDADES

1. Publicidad, Ingresos y Regulaciones
2. Anuncios de Bien Público
3. Publicidad: el Proceso Creativo
4. Publicidad y el Campo Político

UNIDAD 1: PUBLICIDAD, INGRESOS Y REGULACIONES

ﬁ DURACIÓN: 2 horas

TEMAS CLAVES

- Análisis de las regulaciones de publicidad
- Aplicación de las regulaciones a las publicidades actuales
- La publicidad como un modelo de ingresos

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- Investigar la publicidad como una fuente importante de ingresos para la televisión
- Examine y evalúe el objetivo y eficacia de las regulaciones en la industria de la publicidad
- Aplique las regulaciones existentes a los ejemplos actuales de publicidad
- Evalué el impacto de la publicidad en la programación y el contenido mediático

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

- Utilizando Internet o una biblioteca, investigue las regulaciones que existen en su región sobre la industria de la publicidad. Identifique dónde se colocan estás regulaciones para los ciudadanos que necesitan tener acceso a esta información. Identifique qué individuos o grupos han creado estas regulaciones. Haga un resumen de las principales ideas que cubren estas regulaciones y explique su propósito. Explique de qué forma apoyan los intereses de los ciudadanos y consumidores. Explique el impacto potencial de estas regulaciones en la industria
- Aplique las regulaciones a una variedad de anuncios que se encuentran en los medios locales. Evalúe hasta qué punto se cumplen las regulaciones. De ejemplos específicos de cada anuncio para sustanciar su respuesta. En instancias en las cuales la publicidad viola las regulaciones, investigue qué recursos tienen disponibles los consumidores.
- Investigue si las necesidades de los anunciantes han afectado el tipo o la calidad de programación o cobertura en los medios. Investigue la publicidad como un modelo de ingresos para un medio en particular. Por ejemplo, examine la franja horaria de televisión o programación de radio en su región. Anote los programas que se transmiten entre las 20.00 y 23.00.
- Elija una estación en especial y vea o escuche una o dos horas de su programación. Anote todos los anuncios que se transmiten durante este tiempo. Explique cuál es la razón detrás de colocar estos anuncios durante esos programas específicos. También anote cualquier

anuncio o colocación de productos que ocurra durante los programas en si. Evalúe la eficacia de las estrategias de publicidad que se utilizan en este marco de tiempo para llegar a las audiencias seleccionadas

- Investigue la clasificación de los diez programas principales en su región. Escoja una red de televisión y determine los productos o servicios que usted seleccionaría para promocionar durante un programa particular o franja horaria. Expliqué por qué toma estas decisiones, identificando la audiencia seleccionada a la que se podría llegar durante ese tiempo. Haga una investigación para determinar los ingresos generados durante un comercial de 30 segundos:
    - ¿Dado que la publicidad es la principal fuente de ingresos de los medios: se debería sacrificar la libertad de expresión, la libertad de prensa y la libertad de acceso a la información para satisfacer a los publicistas, grandes compañías o al gobierno? ¿Cuáles serían las implicaciones? ¿Acaso la subvención del gobierno a los medios de fondos públicos u otros proveedores de información debería ser pública? ¿Acaso los medios de fondos públicos y privados y otros proveedores de información deberían rendir cuentas al gobierno cuando reciben ingresos de los comerciales?
    - El principal propósito de los medios y otros proveedores de información es obtener ganancias. Hable sobre esta afirmación. De argumentos a favor y en contra. ¿Podrían los medios y los otros proveedores de información operar sin anuncios publicitarios? ¿Qué acciones deberían tomar los ciudadanos si encuentran que los medios y los otros proveedores de información están sacrificando el bien público a cambio de los ingresos provenientes de la publicidad? ¿Por qué se deberían tomar ciertas acciones?

— NOTA

Este ejercicio también se podría adaptar para usarlo con los periódicos, las revistas, los sitios en la red, etc.

RECOMENDACIONES DE EVALUACIÓN

- Análisis de los anuncios y evaluación basada en las regulaciones
- Investigación y evaluación

UNIDAD 2: ANUNCIOS DE BIEN PÚBLICO (ABP)

DURACIÓN: 3 horas

TEMAS CLAVES

- Análisis de los anuncios de bien público

- El proceso creativo y la planificación de un anuncio de bien público (ASP)

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- Analizar un número de ASPs como medios para comunicar la información sobre una variedad de temas
- Desarrollar un plan para un ASP original para un tema de su elección, incluyendo una declaración de propósito, mensaje, audiencia seleccionada y estrategias técnicas y creativas
- Producto de un ASP
- Evalué la eficacia de las estrategias de comunicación y el ASP que transmite información y el mensaje que se quiere transmitir, y el alcance a la audiencia seleccionada

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

Periódicamente los gobiernos desean comunicarse con sus ciudadanos a través de los medios para alcanzar algún objetivo de política pública. Un ejemplo clásico son las campañas de salud pública para limitar la propagación del SIDA y el VIH, campañas para incentivar a los habitantes que usen redes anti-mosquito para reducir la malaria o campañas de alfabetización. Estos se conocen como anuncios de servicio público (ASP).

- Basado en los ejemplos incluidos, hable sobre el significado y el objetivo de los ASP. Explique cómo los ASP se diferencian de los anuncios públicos: Haga una lluvia de ideas sobre los temas que se tratan en los ASP que usted haya visto. Identifique diversos usos para los ASPs en su región
- Visite uno de los sitios de servicio público: (Estos sólo se incluyen como fuentes de muestra para ilustrar la actividad que se describe a continuación. Se pueden utilizar otras fuentes, apropiadas para las diversas regiones, en su lugar)
  - http://www.un.org.za/public-service-announcement-on-the-effects-of-drugs
  - http://www.unodc.org/unodc/en/human-trafficking/human-trafficking-public-service-announcements.html
  - http://saloproductions.com/public-service-announcements/psa-samples.php

  Examine un número de ASP – impresos y en video – y hable sobre las principales características de cada uno. Identifique la información más importante y el principal mensaje que se transmite y analice cómo se lo presenta. Tomen en cuenta las estrategias técnicas y creativas
- Analice el uso del recurso emocional en varios de los ASPs. Identifique si algunos de estos ASP hacen algún tipo de afirmaciones y si éstas, están o no basadas en hechos. Analice cómo los elementos técnicos de los ASP refuerzan su significado y mensaje. Explique los efectos que se crean a través del uso de la toma de cámara y los ángulos. Explique cómo se puede utilizar el sonido para transmitir un significado
- Los profesores deberían "analizar un texto" de las muestras de un ASP en mayor detalle, para crear un storyboard que se base en lo que han visto. Deberán ver el ASP más de una vez, luego un facilitador tendrá que detener el ASP en cada marco para que los profesores puedan

documentar en sus storyboards lo que están viendo y escuchando. Se puede tener acceso a muestras de storyboards en: www.storyboardsinc.com

ﬁ Desarrolle un plan original de un ASP para un tema social o cultural importante. Haga una lluvia de ideas de los posibles temas y utilícelo como la base para un ASP. Hable sobre el propósito y la audiencia. Esta discusión a su vez, ayudará a dar forma al mensaje que se quiere transmitir. Tome en cuenta la información importante y el mensaje principal que tienen que transmitir

- Ahora tome en cuenta a quién usted quiere llegar y cómo. La información y el mensaje deben estar dirigidos a una audiencia específica
- En un papel, describa un concepto y desarrolle una lista de estrategias que se pueden utilizar para crear un ASP. Esto puede incluir estrategias creativas (el contenido de las ideas de un ASP) y las estrategias técnicas (el componente de producción)
- Haga un diseño preliminar de un ASP, incluyendo una oración que describa el concepto, las estrategias técnicas y creativas y la audiencia.

LINEAMIENTOS PARA UN ANUNCIO DE SERVICIO PÚBLICO (ASP)

Adaptado de Think Literacy www.edu.gov.on.ca/eng/.../thinkliteracy/library.html

Concepto: Diseñado por usted para alcanzar los objetivos de la organización/cliente y para explicar el propósito o la función de la campaña.

Estrategias: Creativas (una explicación de sus ideas, incluyendo la descripción de cómo se pueden alcanzar los objetivos) y técnicas (qué medios se pueden utilizar, de qué forma, para alcanzar los objetivos del cliente).

Audiencia: ¿Quién es su audiencia seleccionada? ¿A quién tiene que llegar? De una descripción detallada de su audiencia (por Ej. edad, género, raza, clase, nacionalidad, qué nivel de familiaridad tienen con esta forma de medio, etc.) .

Texto: El mensaje general de la campaña tiene que estar vinculado con los objetivos y con la estrategia creativa mencionada anteriormente (es decir, información clave que se incluye, el punto de vista, la trama, las imágenes de hombres y mujeres, el lenguaje, las costumbres y el comportamiento de los personajes). Considere el uso de afirmaciones específicas o un recurso emocional.

Producción: Un bosquejo de lo que se va a producir. Esto está vinculado con su estrategia técnica. Tome en cuenta las ubicaciones, trabajo de cámara, sonido, doblaje, efectos especiales, gráficas, animación, etc. Decida qué tecnologías pueden transmitir el mensaje que usted desea y complementen su mensaje.

Componente de la industria/negocio:Explique y defienda sus elecciones de dónde y cuándo usted quiere pasar el ASP. También un ASP de televisión, radio o Internet debe incluir los elementos de publicidad que se presentan en estos medios, como un eslogan/jingle, recursos específicos o afirmaciones, un guión que incluya el escenario apropiado, accesorios y vestimenta, un storyboard que incluya un video adecuado y/o direcciones de audio.

RECOMENDACIONES DE EVALUACIÓN

- El concepto y los planes para un ASP
- El producto final: el ASP como texto mediático – presentación y discusión

UNIDAD 3: PUBLICIDAD: EL PROCESO CREATIVO

- DURACIÓN: 3 horas

TEMAS CLAVES

- La publicidad y el auspicio - ubicación, mensajes y audiencia
- Evaluando las afirmaciones y recursos en la publicidad
- Examinando el diseño y la producción de los anuncios
- Posicionamiento de los productos en los programas

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- Analizar el proceso de publicidad como una forma de comunicar la información
- Explorar el concepto de desarrollo en la publicidad, incluyendo las estrategias técnicas y creativas
- Analizar y desmenuzar los principales ingredientes que entran en la publicidad y en el recurso emocional
- Evaluar el impacto de los mensajes de publicidad sobre las audiencias seleccionadas
- Explicar cómo el concepto de audiencias "activas" se aplica a la publicidad, o más específicamente, cómo las audiencias negocian el significado (es decir: cómo explicamos el éxito de algunos anuncios y de otros no)

- Identificar las últimas tendencias en publicidad
- Identificar el posicionamiento de productos en los programas como publicidad indirecta (mezclar el contenido editorial y comercial)

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

- Haga un tour imaginario de su escuela/colegio/campus y vecindario. Identifique los tipos de publicidad, los anuncios de servicio público, promociones o auspicios que existan. Haga una breve descripción de cada ejemplo de anuncio/ASP/auspicio. Describa el mensaje y la imagen creada a través de cada ejemplo y evalúe su eficacia en transmitir la información necesaria. Identifique la fuente de cada ejemplo (es decir: quién lo creó y quien se beneficia/saca provecho de eso)
  - Explique por qué los negocios e instituciones pueden escoger tener sus nombres, productos o logos expuestos ahí. Explique en qué formas estos patrocinios/promociones difieren de la publicidad "tradicional"
- A menudo las comunidades consideran si es conveniente o no el vender los derechos de los nombres de áreas, sedes o edificios. Hable sobre los beneficios y desventajas de dichas formas de estrategias de publicidad para el publicista, la comunidad y el individuo
- Haga una inspección de una colección de revistas, vea anuncios de televisión y visite un número de sitos en la red de compañías importantes. Describa las estrategias de publicidad que se usan en los ejemplos actuales. Elija un número de anuncios para examinar de cerca. Describa la "personalidad" del producto que se presenta en cada anuncio e identifique las emociones que el publicista trata de alcanzar. ¿Qué promesas o soluciones ofrece el anuncio o el ASP? ¿Cómo son de realistas? ¿Qué visiones de alegría o éxito comunican?
  - Identifique la información, los mensajes y los valores que se transmiten en cada anuncio. Hable sobre la necesidad de una clara distinción entre el contenido editorial y publicitario. Además, ¿qué tipo de afirmaciones se hacen en estos anuncios? ¿Quizá algún tipo de información es engañosa o no es clara? Basándose en su análisis, ¿qué recomendaciones haría usted a la audiencia de este anuncio? En otras palabras, ¿aceptaría usted la información que se presenta en este anuncio? ¿Por qué o por qué no? ¿Haría usted algún cambio para que la información o el mensaje fueran más exactos o completos? Explique con ejemplos
- Elija un anuncio impreso para examinarlo detenidamente. Este ejercicio requiere que usted tome en cuenta los elementos de diseño que se utilizan en el anuncio, la información y el mensaje que se transmiten, y la audiencia seleccionada. ¿De qué manera los elementos de diseño (composición, ángulo, luz, color, elección de palabras, etc.) apoyan el mensaje y la información que se transmite? En otras palabras, ¿cómo la forma refuerza el contenido?
- La colocación de un producto quiere decir el poner un producto comercial prominente en un programa de radio o televisión en particular o en un libro, y también cada vez más en Internet, sin identificarlo como publicidad, para satisfacer al fabricante del producto que ha patrocinado el programa (es decir: ha pagado completamente o ha cubierto algunos de los costos asociados). Algunos reguladores permiten la colocación del producto bajo la condición de que los espectadores estén claramente informados acerca de la colocación del producto al inicio o fin del programa. Elija ejemplos de colocación del producto: ¿Están identificados como tal? Si en su país existen regulaciones para la colocación de productos, ¿qué acciones pueden tomar los ciudadanos? ¿Cuál es el mensaje del producto que se transmite en relación al contexto? ¿Qué mensajes se transmiten a través del producto en sí, así como en el contexto

en el que está? ¿Acaso un contexto diferente o colocación cambiaría la imagen del producto y su mensaje?

- Haga una lista de los jugadores que están en la industria de la publicidad. Esto debería tomar en cuenta a los individuos e instituciones/organizaciones. Describa sus respectivos roles. Tome en cuenta cualquier anuncio audiovisual. ¿Cree usted que el papel de cada uno de los jugadores claves que usted anotó se halla explícitamente reflejado en el anuncio? ¿Cómo cree usted que su conocimiento acerca de aquellos que se encuentran involucrados en la creación y difusión de este anuncio le ayuda a usted a interactuar de una mejor manera o evaluar la utilidad de dar la información que usted necesita? (Nota: en este aspecto, la serie documental The Persuaders podría ser de interés – vea la descripción de este programa en la lista de referencias al final de este módulo.)

RECOMENDACIONES DE EVALUACIÓN

ﬁ Análisis de un anuncio – incluyendo el recurso emocional, los componentes técnicos/de diseño y la audiencia seleccionada

ﬁ Registro de medios - respuesta al análisis de un anuncio y visualización

UNIDAD 4: PUBLICIDAD Y EL CAMPO POLÍTICO

ﬁ DURACIÓN: 2 horas

TEMAS CLAVES

ﬁ Análisis de la propaganda política para elecciones

ﬁ Evaluación de los lineamientos para la propaganda política

ﬁ Evaluación de los entes reguladores para la propaganda en elecciones

ﬁ Regulaciones aplicables a los medios durante elecciones nacionales

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

ﬁ Evaluar la propaganda política y electoral

ﬁ Evaluar los lineamientos existentes para la propaganda electoral

- Analizar los recursos emocionales en la propaganda política y electoral
- Recomendar estrategias para mantener a la ciudadanía informada, dados los recursos emocionales en la propaganda política
- Explicar los procedimientos que están disponibles para los ciudadanos que desean solicitar un ente regulatorio durante una elección

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

- Recolectar ejemplos de la propaganda política en su país o región. Si es necesario, haga una investigación en la biblioteca local. Analice los anuncios utilizando los lineamientos de la Unidad 2. Tomen en consideración las razones por las que el ciudadano promedio podría estar interesado en la propaganda política. Evalué la eficacia de cada anuncio, tomando en cuenta el propósito, la información y el mensaje que se transmite, y la audiencia seleccionada. Explique cómo el diseño/forma de los anuncios se utiliza para reforzar el contenido
- Revise varios anuncios de la misma campaña política. Evalúe la eficacia de la campaña en general en el uso de gráficos unificados, imágenes, eslóganes y mensajes
- Utilizando el Internet y/o recursos bibliotecarios, investigue los entes reguladores que han establecido el monitoreo de la propaganda política. Examine los lineamientos establecidos para monitorear la publicidad que los candidatos han utilizado durante las elecciones. Evalúe hasta qué punto los anuncios elegidos se adhieren a estos lineamientos
- Investigue cómo estos entes regulatorios representan los intereses de los ciudadanos. Examine el papel que los ciudadanos pueden tener para asegurar que la propaganda política sea verdadera, justa y precisa. Anote cualquier sugerencia que usted le haría al ente regulatorio en relación a la propaganda política
- Haga un listado de las regulaciones mediáticas (establecidas por la comisión nacional de elecciones) sobre el informe de las elecciones. Vea si existen lineamientos para informar sobre las encuestas de opinión, si los medios nacionales dan tiempo-aire a los diferentes partidos políticos, transmitiendo los resultados de las elecciones, etc.
- El consultor político Frank Luntz les dice a sus clientes políticos que el "80 % de nuestras vidas es emoción y sólo el 20 % es intelecto. Me interesa más qué es lo que sientes que lo que piensas". Examine la propaganda política a la luz de este comentario. Explique hasta qué punto los anuncios políticos se basan en el recurso emocional. Examine el lenguaje que se utiliza para "vender" al candidato y a sus ideas o políticas. Evalué si el lenguaje que se utiliza es preciso o engañoso
- Dado el uso del recurso emocional en la propaganda política, sugiera estrategias para mantener a la ciudadanía informada

TEMAS PARA CONSIDERAR EN EL FUTURO

- Patrocinios de las corporaciones y comunidades (incluyendo el patrocinio y publicidad en las escuelas/colegios)
- Respaldo de las celebridades en la publicidad
- Capitalismo que se preocupa – vinculado con el respaldo de las celebridades, a pesar de que el enfoque está en promover el mercadeo y una estrategia altruista de varias corporaciones-.

- Psicografía e investigación sobre la audiencia

RECURSOS PARA ESTE MÓDULO

Por favor tome en cuenta que el grueso de estos recursos se han tomando principalmente de Norteamérica y puede que no sean apropiadas para utilizarlas en todo el mundo. Los capacitadores deberán identificar materiales alternativos locales o regionales que ofrecen ejemplos más relevantes a los capacitados.

- Adbusters – www.adbusters.org – ofrece una crítica de la publicidad y la cultura popular, es famoso por sus anuncios "spoof".
- Advertising Age – www.adage.com – Una publicación de la industria, con costos de publicidad, informes sobre estrategias, etc
- Ads of the World – http://adsoftheworld.com/ – Un archivo de publicidad y un forum para discutir el trabajo de publicidad a nivel mundial"
- The Persuaders – Frontline – www.pbs.org – Este programa explora cómo las estrategias de mercadeo han llegado a influir no sólo en lo que las personas compran, sino también en cómo se ven a sí mismas y al mundo que las rodea. Este documental de 90 minutos entrevista a una serie de expertos y observadores del mundo de la publicidad/mercadeo. Se puede ver todo el programa en línea en el sito de PBS con los seis extractos. Si es posible, para este módulo revise los Capítulos 1 y 2 del programa High Concept Campaign and Emotional Branding
- http://www.un.org.za/public-service-announcement-on-the-effects-of-drugs
- http://www.unodc.org/unodc/en/human-trafficking/human-trafficking-public-9service-announcements.htmlhttp://saloproductions.com/public-service-announcements/psa-samples.php
- The Merchants of Cool – Frontline – www.pbs.org – Documento disponible en línea que explora como los publicistas apuntan hacia los jóvenes
- Think Literacy, Media, Grades 7–10 (2005) – Un recursos para crear anuncios de servicio público. http://www.edu.gov.on.ca/eng/studentsuccess/thinkliteracy/library.html
- Rejected Online – http://bestrejectedadvertising.com/html – Anuncios rechazados por los clientes por razones de estética, comerciales o estratégicas. También incluye los anuncios rechazados, prohibidos, engañosos y más criticados

MÓDULO 6: MEDIOS NUEVOS Y TRADICIONALES

ANTECEDENTES Y FUNDAMENTO

Este módulo presenta a los profesores el papel que las tecnologías nuevas y convergentes desempeñan para la amplia participación de los ciudadanos en los cambios sociales, económicos y políticos. Explica como las nuevas formas de medios digitales y electrónicos (noticias en línea, blogs, Wikipedia, You Tube, aplicaciones de las redes sociales, video juegos, etc.) han evolucionado desde los medios tradicionales y cómo ofrecen un mayor acceso a la información y al conocimiento, a la libertad de expresión, al buen gobierno y a la participación en un proceso democrático.

La coexistencia de los medios impresos, los medios de transmisión (radio y televisión) el Internet, los teléfonos móviles, etc. también hace posible que el contenido de los medios fluya a través de varias plataformas, ampliando el acceso a la información y creando una cultura de participación donde los ciudadanos no sólo consumen la información, sino que también participan activamente en su producción y distribución. Por ejemplo, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TICs), han abierto oportunidades para que las audiencias participen más compartiendo la información y el conocimiento, y promueven que las personas participen de una manera más activa en el proceso democrático, permitiendo que las sociedades se abran.

En efecto, los nuevos medios y tecnologías de convergencia están creando nuevos espacios de auto expresión y participación en el discurso público en una amplia gama de temas sociales, económicos y políticos. Las nuevas plataformas de medios permiten a los ciudadanos que se comprometan conscientemente en el proceso democrático de sus sociedades, y ayuden a llevar las noticias globales y los temas mucho más cerca de las sociedades locales.

UNIDADES

1. De Los Medios Tradicionales a las Nuevas Tecnologías Mediáticas
2. Uso de las Nuevas Tecnologías Mediáticas en la Sociedad – Comunicación de Masas y Digital
3. Usos de las Herramientas Interactivas de Multimedia, incluyendo los Juegos Digitales en las Aulas



UNIDAD 1: DE LOS MEDIOS TRADICIONALES A LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS MEDIÁTICAS

- DURACIÓN: 2 horas

TEMAS CLAVES

- Cambio y continuidad – una breve historia de los medios
- ¿Qué es la convergencia mediática?
- Los medios digitales como nuevos medios
- Diferencias claves entre medios tradicionales y medios nuevos

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- Hacer una breve explicación de la historia de los medios
- Hacer una descripción de cómo las nuevas tecnologías han llevado a la convergencia de los medios tradicionales con los nuevos
- Describir las diferencias entre los medios tradicionales y los nuevos y cómo los últimos han mejorado la participación democrática

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

- Ha existido un importante desarrollo en el crecimiento de los medios digitales lo que ha dado el paso de un modelo de comunicación tradicional centrado en “uno para muchos”

característico de los medios impresos y de transmisión, hacia un modelo de "par en par" que facilita la colaboración creativa y el compartir los conocimientos. A medida que el contenido es digitalizado, este se vuelve accesible para una multitud de dispositivos, incluyendo la radio, televisión, computadores personales y quizá, lo más importante, los teléfonos celulares, que están emergiendo como una plataforma dominante de entrega de contenido de todo tipo. La digitalización de la voz, la imagen, el sonido y los datos – conocido como convergencia – está creando nuevas oportunidades de interacción

- Los aprendices trabajarán en grupos para investigar la evolución de los medios hasta la aparición de Internet, tomando en cuenta cómo se utilizó Internet en sus inicios y cómo se ha utilizado de una manera cada vez más amplia en la sociedad. Deberán evaluar sus aplicaciones y beneficios en la educación, la sociedad cívica y la gobernabilidad. El resultado de este trabajo será presentado en clase para una discusión de grupo.

- Los aprendices investigarán cómo los medios digitales presentan oportunidades para la libertad de palabra en su sociedad y su alcance. En su investigación, deberán prestar atención a cómo las personas utilizan los nuevos medios para la auto-expresión. También deberán anotar cómo los medios tradicionales (periódicos, radio y televisión) convergen con los nuevos medios (por Ej. sitios de noticias en línea con acceso de multimedia) en sus sociedades. Los aprendices deberán presentar a la clase sus hallazgos utilizando presentaciones en Power Point u otras formas de presentación

- Los aprendices investigarán hasta qué punto los nuevos medios son un reto para los medios tradicionales de noticias en su sociedad, los distintos tipos de medios que las personas en su sociedad están utilizando para expresar sus propios puntos de vista en temas de noticias importantes, y los usuarios de las diferentes plataformas mediáticas, junto con los temas/tópicos que están discutiendo. El resultado de esta investigación se presentará para una discusión en grupo y debate.

— ACTIVIDADES

fi Escriba un ensayo corto sobre las principales diferencias entre los medios tradicionales y los nuevos, discutiendo hasta qué punto las diferencias son reales o artificiales. En el ensayo, evalúe las similitudes y diferencias entre los medios tradicionales y los electrónicos o digitales. Se deberán resaltar temas como responsabilidad editorial, verificación y otros principios del periodismo.

fi Una característica de los medios tradicionales es que el contenido de los medios va a través de un proceso editorial organizado, diseñado para autentificar las noticias y entregarlas a una organización mediática de noticias en lugar de darlas a un individuo. El periodista en línea no trabaja a través de este proceso. En este contexto, discuta sobre la diferencia entre los temas de noticia de opinión de un bloguero individual y un reportaje noticioso que aparece en la versión en línea de un periódico.

fi Investigue y produzca un informe sobre la medida en la cual el conocimiento y la información han cambiado o han permanecido iguales a medida que los nuevos medios y las nuevas tecnologías mediáticas han emergido en nuestra sociedad

fi Prepare un ensayo de cómo la emergencia de los nuevos medios ha tenido impacto sobre la forma en cómo las personas interactúan y cómo esto las beneficia. También investigue cómo los nuevos medios están causando un impacto en las vidas sociales y académicas de los profesores y sobre los retos y oportunidades que hay para mejorar el acceso universal a los medios digitales

UNIDAD 2: USO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS MEDIÁTICAS EN LA SOCIEDAD - COMUNICACIÓN DE MASAS Y DIGITAL

- DURACIÓN: 2 horas

TEMAS CLAVES

- Nuevos medios e interacciones sociales – redes sociales, etc.
- Tecnología de comunicación y desarrollo
- Interrelaciones entre cambios en la comunicación de masas como resultado de las nuevas tecnologías y cambios en las instituciones democráticas

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- Analizar los efectos de la comunicación digital en la vida social y política de la sociedad
- Describir el uso de una o dos formas de nuevos medios para compartir conocimientos e información sobre temas de actuialidad en la sociedad
- Evaluar cómo se usan los nuevos medios en la comunicación de masas y el impacto en las instituciones democráticas y en sus procesos en la sociedad

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

Investigación y discusión en clase: Los aprendices llevan a cabo una investigación a pequeña escala para evaluar el impacto de las tecnologías de comunicación digital sobre el desarrollo; esto debe incluir el aprendizaje de las plataformas mediáticas que se utilizan en sus países y cómo los medios presentan el país al mundo externo. Los aprendices deben visitar los sitios en la red de su país y discutir en grupos cómo se proyecta al país y cómo se lo compara con los países vecinos. Deben anotar otras características que quisieran incluir en la imagen de su país que se presenta al mundo externo. Se debe realizar un debate en clase para hablar sobre estos hallazgos.

Encuesta y presentación de grupo: Los aprendices llevan a cabo una pequeña encuesta para investigar el impacto de los medios de comunicación de masas tradicionales y los nuevos medios (por Ej. radio comunitaria; periódicos privados, regionales y nacionales; Internet) sobre la participación de la audiencia en el debate social, económico y político. Ejemplos de temas para la encuesta podrían ser educación sobre VIH/SIDA o justicia social para grupos minoritarios. En especial podría ser interesante enfocarse en el papel de los teléfonos móviles y las aplicaciones de las redes sociales (por Ej. Facebook y Twitter), como herramientas para movilizar a los grupos. En un campo más general, los aprendices pueden discutir: ¿Quiénes son los propietarios de los medios? ¿Quién crea los mensajes, y cuál es el principal mensaje que se expresa? ¿A qué

audiencias planean llegar y por qué las han seleccionado? ¿Quiénes son los patrocinadores / inversores y qué cosas hacen diferentes? ¿De qué forma difieren los medios tradicionales y los medios en línea en este aspecto?

Discusión de Clase: El tutor deberá liderar una discusión general en la clase sobre qué medios se utilizan más en el ambiente de los aprendices: Internet, tecnologías móviles (por Ej. SMS y aplicaciones de los teléfonos inteligentes) TV digital, radio digital, juegos de computadora/ juegos en línea (por Ej. juegos de realidad virtual como SIMS). La discusión deberá explorar las ventajas y desventajas de estos nuevos medios. Previo a esta actividad, los aprendices deberán realizar entrevistas, si es posible en comunidades urbanas y rurales, sobre el uso del teléfono móvil. De estas entrevistas, deberán presentar a la clase lo que ellos ven del impacto de los teléfonos móviles en la vida social, económica y política de los usuarios.

— ACTIVIDADES

- Lleve a cabo una pequeña encuesta de cómo los medios y las nuevas tecnologías están cambiando la forma en la cual las personas en nuestra sociedad se comunican y cómo está cambiando la forma en la que las personas interactúan, intercambian la información y se informan para la toma de decisiones
- Haga una investigación para un estudio de caso de cómo se utilizan los medios de masas y las nuevas tecnologías para la comunicación de masas, y cómo están influyendo en la vida diaria, los valores y opiniones del público. Por ejemplo, ¿cómo la tecnología de los teléfonos móviles ha ayudado a cerrar la brecha de comunicación entre los ricos y los pobres en la sociedad? Explore cómo la comunicación digital está cambiando la forma en la que las personas interactúan en la sociedad, comparten el conocimiento e intercambian información.
- Desarrolle una estrategia para utilizar un sito de red social para promover la interacción sobre un tema en particular que usted quiera enseñar. ¿Cuáles son los riesgos y desafíos que los profesores podrían encontrar al usar las redes sociales para propósitos educativos? Identifique los riesgos y sugiera formas para reducir su impacto.
- El gobierno electrónico tiene que ver con las nuevas formas de gobierno y las que se desarrollan donde las TICs juegan un papel principal. El uso de las TICs ha influido en la forma de gobierno en una variedad de formas. Estas incluyen: (1) democracia electrónica que facilita la participación a través del mayor acceso a la información y conocimiento que es la base para la toma de decisiones. (2) los servicios electrónicos que es una forma de automatizar el trabajo tedioso como llenar formularios de impuestos, revisar el estatus de las aplicaciones etc.; y (3) la administración en línea que se utiliza para mejorar los procesos del gobierno y el funcionamiento interno del sector público con los nuevos procesos de información ejecutados por las TICs. Por lo tanto, las TICs pueden ser una forma muy útil para mejorar el proceso de autoridad.
- La E-gobernanza y el gobierno electrónico son conceptos relacionados con una diferencia muy sutil entre los dos. La última se refiere a los sistemas por los cuales los procesos del gobierno son automatizados mientras que la primera se refiere a los procesos que se hacen abiertos e inclusivos (cf. UNESCO 2007).
    - Haga que los profesores utilicen Internet para investigar el grado de gobierno electrónico que existe en su país. Deben elegir dos ejemplos como evidencia de que dichas actividades existen. El profesor debe indicar hasta qué punto ellos están involucrados o se les consulta en el proceso. ¿Se les consultó a los ciudadanos en general? Hable sobre la eficacia de estos proyectos de e-gobernanza. ¿Cuáles son los beneficios y las desventajas?

Lleve a cabo una investigación básica de los proyectos similares en su región o a nivel internacional que estén relacionados con la gobernanza local. ¿Qué tipo de proyecto de e-gobernanza usted recomendaría para su gobierno local? ¿Por qué?

- El acceso a las TICs o nuevas tecnologías es igual de importante para el empoderamiento de los hombres, las mujeres, las personas discapacitadas, los otros grupos marginalizados, las poblaciones étnicas e indígenas así como para aquellos que viven en comunidades remotas
    - Utilizando los recursos locales o internacionales haga una investigación básica sobre el acceso de las mujeres, las personas con discapacidades y las personas que viven en comunidades remotas a las TICs o nuevas tecnologías. ¿Acaso las mujeres tienen igual acceso que los hombres?¿Hasta qué punto las personas con discapacidades o personas que viven en comunidades remotas tienen acceso? ¿Cuáles son las implicaciones?¿Qué se debería hacer si ciertos grupos están marginalizados al acceso a las nuevas tecnologías? Si dicha información no está disponible en su país o región, trate de buscar el ¿por qué o el por qué no? ¿Qué organizaciones se deberían preocupar por la ausencia de dichos datos?¿Qué se puede hacer al respecto?

UNIDAD 3: USOS DE LAS HERRAMIENTAS INTERACTIVAS DE MULTIMEDIA, INCLUYENDO LOS JUEGOS DIGITALES EN LAS AULAS

- DURACIÓN: 3 horas

TEMAS CLAVES

- Herramientas interactivas de multimedia, recursos educativos abiertos y tipos de soluciones de software para mejorar la educación
- Herramientas interactivas de multimedia/juegos digitales para crear ambientes amigables con el aprendiz
- Juegos mediáticos como herramientas para crear conciencia y promover temas mundiales
- Juegos educativos versus juegos de entretenimiento

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- Identificar el valor de las herramientas interactivas de multimedia, incluyendo sitios interactivos en la red, presentaciones, discusiones en línea, blogs, Wiki, wikilibros, libros electrónicos, podcasting, videocasting, vodcasting y juegos de enseñanza y aprendizaje.

- Desarrollar habilidades sociales, intelectuales y espacio-temporales utilizando herramientas interactivas de multimedia, especialmente juegos
- Aplicar las herramientas interactivas de multimedia, especialmente los juegos digitales, para la enseñanza y el aprendizaje
- Utilizar herramientas/juegos interactivos de multimedia de baja y alta tecnología para exponer conceptos de temas académicos (por Ej. matemáticas, ciencias, estudios sociales, etc.)
- Analizar las distintas herramientas interactivas de multimedia utilizando fuentes abiertas y gratuitas o software con licencia, y evaluar las implicaciones de y el impacto en la enseñanza y el aprendizaje
- Evaluar el impacto y las oportunidades que las fuentes abiertas de recursos educativos pueden tener sobre los procesos de enseñanza y aprendizaje

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

Herramientas interactivas de multimedia: Piense en la materia que usted enseña. Utilizando un motor de búsqueda, identifique y haga una lista de las herramientas interactivas de multimedia, incluyendo juegos digitales, elementos que se podrían utilizar al dar una lección (o lecciones) específicas a un grupo de profesores. Debe identificar un número de dichas herramientas. De prioridad a estas herramientas en términos de utilidad para sus necesidades específicas. ¿Qué criterio utilizó? Investigue acerca de los criterios utilizados por expertos en el uso de herramientas interactivas de multimedia en la educación. Ahora compare su criterio con aquel de los expertos. ¿Cuáles son sus observaciones? ¿Está de acuerdo con el criterio de los expertos?

En su lista de herramientas interactivas de multimedia, puede identificar herramientas que podrían alterar o facilitar de una manera importante la cooperación y discusión en el proceso de enseñanza-aprendizaje? ¿Por qué escogió esas herramientas? ¿Cómo cree usted que las tecnologías de multimedia podrían permitir a los estudiantes y profesores interactuar con la información de una nueva forma, cambiar el contenido, y crear su propio conocimiento?

Juegos en línea:[6] Juegue cualquier juego en línea de simulación humanitaria, tal como Peacemaker, Food Force o Darfur se está Muriendo. ¿De qué forma un juego de computadora le puede ayudar a pensar creativamente sobre temas globales? ¿Cuáles son los resultados de aprendizaje con estos juegos? Si en la institución educativa no hay acceso o existe un acceso limitado a Internet, los profesores deberán buscar el material de otras fuentes públicas de Internet. Donde Internet sea muy limitado, el profesor puede tratar de comprar los juegos en formato de Cd-ROM o DVD, o utilizar los juegos que han sido pre-empacados en las computadoras. Se debe incentivar a que los aprendices:

- Hagan estudios de caso de juegos electrónicos en materias específicas (por Ej. lenguaje, matemáticas, geografía, etc.) y hagan un piloto sobre el uso de uno o dos juegos de contenido de aprendizaje específico. Escriba un informe de cómo se utilizó el juego y cómo ayudó a alcanzar los objetivos de la lección
- Planifique una lección utilizando un juego electrónico como parte de la enseñanza y el aprendizaje, para crear conciencia sobre temas globales, tales como el hambre, el conflicto

6 www.darfurisdying.com
www.food-force.com
www.peacemakergame.com

y la paz. Dicte esta lección y escriba un pequeño informe sobre las respuestas del profesor a los temas, anotando las preguntas que se hicieron y cómo los juegos ayudaron a abordar los temas

Recursos educativos abiertos (REAs): Los recursos educativos abiertos (REAs) son materiales y herramientas de aprendizaje – incluyendo cursos completos, módulos, materiales de curso, libros de texto, videos, exámenes, software y cualquier otro material (interactivo y no-interactivo), o técnicas – que se utilizan para apoyar el acceso al conocimiento, en un formato de documento abierto, entregado con una licencia abierta, permitiendo el uso libre, re-uso y adecuación a las necesidades específicas de un cierto grupo de usuarios (es decir, estudiantes, capacitadores de capacitadores, facilitadores, etc.). Se debe incentivar a los aprendices a:

- Identificar varios sitios en la red que permitan el acceso a recursos educativos abiertos
- Identificar los requisitos/criterios para que los recursos educativos puedan ser utilizados como REAs
- Analizar cómo se crean los REAs, se utilizan, se distribuyen y se adaptan a los distintos tipos de enseñanza, a los ambientes de aprendizaje y a las necesidades
- Analizar cómo, por ejemplo, se puede transformar los juegos digitales en REA, y entender lo que se debe hacer para cumplir con los requisitos REA, incluyendo leyes de propiedad intelectual

Investigación bibliotecaria y discusión de clase: Los aprendices deberán identificar, analizar y criticar una variedad de técnicas que se utilizan en los juegos electrónicos con los que están familiarizados. Contraste los juegos electrónicos con los tradicionales o con juegos específicamente culturales de acuerdo al valor educacional y sus limitaciones. Los aprendices deberán presentar sus hallazgos a través de presentaciones en Power Point o utilizar gráficos para presentar sus hallazgos.

Discusión de clase: Desarrolle una planificación de clase y un grupo de actividades de enseñanza, incluyendo herramientas sencillas, interactivas de multimedia o juegos digitales para el proceso de enseñanza y aprendizaje. Los aprendices deberán examinar los puntos a favor y en contra de integrar los juegos digitales a las prácticas de enseñanza. Un grupo debe presentar las ventajas y otro grupo los retos y las desventajas de utilizar juegos digitales en la enseñanza y aprendizaje. (para mayores detalles ver Capítulo 3 de http://ames.eun.org/2009/09/teachers_handbook_on_how_to_us.html .)

RECUSOS PARA ESTE MÓDULO

Por favor, tomen en cuenta que la mayoría son ejemplos de los Estados Unidos que se han incluido sólo para propósitos ilustrativos. Se espera que los capacitadores identifiquen los recursos locales y regionales importantes dónde sea posible

- Youth Protection Toolkit, www.yprt.eu
- Lenhart, A. 2009. It's Personal: Similarities and Differences in Online Social Network Use between Teens and Adults. Teens, Social Networking, Generations presentación a la Reunión Anual de la Asociación Internacional de Comunicaciones. (MayO 2009). www.pewInternet.org/Presentations/2009/19-Similarities-and-Differences-in-Online-Social-Network-Use.aspx

fi Madden, M. 2009. Eating, Thinking and Staying Active with New Media. Health, Education, Teens, Families, Web 2.0 presentation at the National Institute of Child Health and Human Development. (June 2009). www.pewInternet.org/Presentations/2009/15--Eating-Thinking-and-Staying-Active-with-New-Media.aspx

MÓDULO 7: OPORTUNIDADES Y RETOS EN INTERNET

ANTECEDENTES Y FUNDAMENTO

Es esencial que los ciudadanos de todos los grupos de edad tomen parte en la sociedad de información. Internet provee grandes oportunidades para mejorar la vida de todos los usuarios. Tiene efectos positivos en la educación, en el mundo del trabajo y en el crecimiento económico. Con la fácil digitalización, el almacenamiento de la información, y el acceso a través de un amplio rango de dispositivos, Internet ha incrementado de una manera dramática la información y los recursos disponibles para las personas. Los niños y jóvenes a menudo tienen un gran conocimiento de sus aplicaciones y pueden beneficiarse tremendamente de su uso, pero también los niños son vulnerables. Hay riesgos y amenazas acompañan a este desarrollo positivo, a menudo en paralelo con aquellos que ya existen en el mundo fuera de línea.

Tomar medidas para proteger a los menores podría ayudar a enfrentar el problema. Sin embargo, a pesar de que estas medidas puedan ser útiles, el depender totalmente de estrategias de protección no ha dado muchos resultados para garantizar que los jóvenes utilicen Internet de una manera responsable. La mejor forma de ayudar a los jóvenes a que se mantengan lejos del peligro es empoderarlos y educarlos sobre cómo evitar o administrar los riesgos relacionados con el uso de Internet. Las tecnologías pueden jugar un papel útil y de apoyo en estas áreas, especialmente cuando hay niños y jóvenes involucrados.

UNIDADES

1. Los Jóvenes en el Mundo Virtual
2. Retos y Riesgos en el Mundo Virtual

UNIDAD 1: LOS JÓVENES EN EL MUNDO VIRTUAL

- DURACIÓN: 3 horas

TEMAS CLAVES

- Web 2.0 y el mundo virtual



- Uso del Internet y hábitos en línea de los niños y los jóvenes
- Convenciones internacionales y otros instrumentos relacionados con los derechos de los niños

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- Comprender los patrones de uso y los intereses de los jóvenes en Internet
- Describir los términos y condiciones generales, los códigos de conducta y las regulaciones de privacidad relacionadas al uso de Internet
- Desarrollar su habilidad para utilizar métodos educativos y herramientas básicas para ayudar a los jóvenes a utilizar Internet con responsabilidad – y que estén conscientes de las oportunidades, los retos y los riesgos relacionados con el mismo

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

La Web 2.0 es un término abreviado sobre los aspectos de Internet que facilitan la interacción y el contenido generado por los usuarios (tales como aplicaciones de teléfonos móviles)

Se puede enseñar esta unidad utilizando los recursos que se encuentran en línea, como los videos gratuitos acerca del Internet y sus características de expansión así como el impacto que tienen en la sociedad. También se puede preparar una pequeña presentación de Power Point sobre la Web 2.0. Esta debería incluir el mayor número posible de los elementos claves del mundo virtual. Organice discusiones en pequeños grupos sobre estos elementos claves. Pida que cada grupo prepare y haga una pequeña presentación sobre los beneficios de la Web 2.0.

- Pregunte a los profesores si pertenecen a una red social y/o si utilizan la red, y si es así, con qué frecuencia la utilizan. Pídales que naveguen en la red, creen un perfil, miren los perfiles de otros, suban y descarguen contenidos de plataformas del Internet (por Ej. Wikipedia) y sean parte de

las aulas de chat, colaboración en línea, blogs y Twitter. Después de esta actividad organice una charla acerca de los beneficios educativos del uso responsable de la red, sus retos y riesgos. Escriba y discuta sobre algunas de sus inquietudes personales cuando utiliza la red

- Los aprendices que trabajan en grupos diseñan y utilizan un wiki para compartir información sobre un aspecto educativo o una política. Permita que tengan el tiempo suficiente durante esta tarea para que puedan lograr un compromiso (por Ej. durante el período del curso). Los tutores y los aprendices deberán desarrollar criterios para evaluar la eficacia de wiki, la idoneidad y el impacto en los profesores practicantes
- Pida que los profesores practicantes se organicen en pequeños grupos. Cada grupo debe hablar y por lo menos nombrar cinco actividades importantes en las cuales ellos piensan que los jóvenes participan en Internet. Pídales que califiquen la importancia de estas actividades en una escala del 1 al 5. Cada grupo deberá presentar los resultados de sus discusiones, explicar cómo se organizaron a sí mismos y qué influyó en las decisiones que tomaron. El capacitador de profesores luego deberá presentar las estadísticas actuales (preparadas antes de esta reunión y que se basan en las fuentes existentes) sobre el uso de Internet por parte de los niños si existen datos disponibles. Compare los resultados del trabajo de grupo con lo que dicen las estadísticas actuales. Discuta sobre esto. ¿Hay alguna sorpresa? ¿Existen estadísticas sobre el uso específico de Internet en su región o su país? De no ser así, ¿cuáles son las implicaciones? Hable sobre lo que se podría hacer para paliar la ausencia de dichas estadísticas
- Hable sobre el grado en el cual las personas jóvenes utilizan la red para propósitos educativos, ver noticias, participar en el proceso político de su país, aprender más e interactuar con personas de diferentes culturas, etc. ¿Existen señales de un alto nivel de dicho uso? ¿Qué se puede hacer para motivar a las personas jóvenes a que utilicen la red de una manera positiva? Pida a los profesores (en pequeños grupos o individualmente) que preparen una pequeña lección relacionada con la materia del área de su especialidad, y que integren el uso del Internet en la lección. La lección debe demostrar no solo cómo se pueden alcanzar los objetivos de la lección a través del uso del Internet sino también como el profesor puede motivar a sus estudiantes de esta forma
- Discuta con los profesores los términos generales y las condiciones, los códigos de conducta y las regulaciones de privacidad de las diferentes aplicaciones de Internet. Luego anímelos a desarrollar un modelo de código de conducta, enfocándose en el uso de Internet para niños y jóvenes
- Analice la conducta que tiene los niños en línea y sus perfiles: Los aprendices que están trabajando en grupos, investigarán cómo los niños de entre 6 y 17 años usan Internet. Los informes de grupo deberán destacar el grado de uso de Internet y para qué los niños lo utilizan, y comparar esto con el conocimiento de los padres y el uso del Internet. ¿Qué oportunidades y retos presenta el Internet para los niños y los padres?

Organice una discusión sobre una cláusula de la declaración de los Derechos Humanos, la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Niños o cualquier otro instrumento legal de su país o región que esté relacionada con el uso de Internet y los jóvenes – el derecho a la información, la libertad de expresión, la protección a menores, y el papel de los padres, los gobiernos y la sociedad civil. Hable sobre estos temas individualmente y luego tome en cuenta cómo se relacionan. ¿Acaso la libertad de expresión y el derecho de acceso a la información entran en conflicto con la protección? ¿Los dos son necesarios? ¿Debería sacrificarse la libertad de expresión y el derecho de acceso a la información a cambio de

la protección? ¿Por qué si o por qué no? ¿Deberían las niñas y los niños tener igual acceso a la información, al Internet y a las nuevas tecnologías? ¿Qué es lo que está ocurriendo en su región? ¿Cómo se puede abordar esto? Solicite a los profesores que preparen un pequeño poema sobre algunas libertades y derechos y sobre la necesidad de proteger a los menores

UNIDAD 2: RETOS Y RIESGOS EN EL MUNDO VIRTUAL

- DURACIÓN: 3 horas

TEMAS CLAVES

- Comprender los retos y riesgos del uso de Internet
- Empoderamiento y uso responsable de Internet
- Privacidad y seguridad

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- Hacer una lista y describir los retos/riesgos del uso de Internet y dónde hay más probabilidad de que ocurran
- Desarrollar el conocimiento sobre los riesgos y amenazas que potencialmente podrían acompañar las aplicaciones del Internet que han sido recientemente desarrolladas
- Comprender las interdependencias entre el comportamiento de los usuarios y la posibilidad de que sean víctimas o perpetradores
- Aplicar este conocimiento para permitir que los profesores utilicen Internet de una manera más responsable

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

Retos y riesgod relacionados con el contenido en línea
Protection Roundtable Tool Kit – Stiftung Digitale Chancen 2009

Contenido no apropiado para la edad: Internet provee una riqueza de contenidos para todos los grupos de usuarios. Se atiende a los intereses principales así como a los intereses especiales de grupos. Sin embargo, no todo el contenido debería estar al alcance de los niños y jóvenes. Así que hay que decidir de forma muy cuidadosa qué contenido es apropiado para cada grupo de edad. Se debe dar especial atención al contenido que no es ilegal en general pero que podría causar daños a los jóvenes usuarios. El contenido no apropiado para la edad como la pornografía para adultos podría hacer daño especialmente a los niños más pequeños cuando están expuestos involuntariamente. El riesgo de enfrentarse a un contenido no apropiado para la edad puede nacer de la propia conducta del usuario cuando hace una búsqueda intencionada, así como cuando se encuentra con dicho contenido sin intención. El contenido que no es apropiado para todos los grupos de edad puede ser presentado por razones comerciales, pero también puede ser generado por los usuarios. El acceso al primero podría estar restringido haciendo que sea sólo para grupos cerrados, mientras que el contenido generado por los usuarios en su mayoría está disponible al público y por lo tanto requiere una atención especial. Ya que ahora muchos niños y jóvenes tienen un teléfono móvil con funciones de multimedia y acceso al Internet en sus manos, debería tomarse en cuenta que ellos deberían tener acceso a un contenido apropiado para su edad cuando estén solos y no tener que depender de la guía de un adulto a su lado. Los dispositivos móviles también permiten a los niños producir su propio contenido digital en cualquier situación de la vida, lo que contribuye a incrementar el contenido generado por los usuarios.

Contenido ilegal (es decir racismo y pornografía infantil): El tipo de contenido clasificado como ilegal, depende sobre todo de las leyes nacionales, a pesar de que algún tipo de contenido está proscrito en la mayoría de países. Sin embargo, el contenido ilegal está disponible y puede ser accedido sin intención o deliberadamente por los niños y jóvenes. Se debe prestar mayor atención a los niños y personas jóvenes ya que pueden ser víctimas potenciales del contenido ilegal, por Ej. al tomar fotos o videos de abuso infantil y publicarlas.

Falta de verificación del contenido: Dado que el contenido que está disponible a través de Internet no puede ser verificado por una fuente independiente, es importante que los jóvenes aprendan a leer el contenido con un ojo crítico y no aceptar todo lo que se dice con valor nominal. El contenido generado por los usuarios, característico del medios web 2.0, a menudo puede ser parcial, sesgado o inexacto. Los jóvenes tienen que estar conscientes de los peligros de creer todo lo que ellos leen en línea.

Incitación al daño: Hay muchos sitios en la red que incitan a los usuarios para hacerse daño a sí mismos. (por Ej. sitios en la red que promueven el suicidio, anorexia o sectarismo.). Con la Web 2.0 y las crecientes posibilidades de publicar el propio contenido, el riesgo de estar expuesto a un contenido que incita al daño está creciendo. En especial, los niños y jóvenes en muchos casos no pueden hacer una evaluación realista de los riesgos que aparecen al seguir las instrucciones de dichos sitios en la red.

Violación de derechos humanos/difamación: Dentro del anonimato de la red, la propaganda en contra de ciertos grupos de la población o de ciertos individuos puede ser difundida fácilmente. Adicionalmente, uno puede asumir que las personas se comporten de distinta manera cuando están en línea que cuando tienen que mirar o enfrentar directamente a sus contrapartes o víctimas, por lo tanto en Internet no están confrontadas directamente con las consecuencias de sus conductas. Así que el riesgo de la violación de los derechos humanos y de ser víctima de difamación es más posible que ocurra en línea que en la realidad. También el contenido difamatorio es peligroso para los niños y jóvenes ya que puede influir su opinión a través de una información engañosa.

Publicidad inadecuada y mercadeo para niños: La publicidad inadecuada tiene que ver con los riesgos de recibir o estar expuestos a anuncios de productos/o servicios que no son apropiados para los niños como la cirugía estética. Mientras más usuarios proporcionen su información privada (es decir: nombre, edad o género) hay más probabilidad de que reciban anuncios o les soliciten que participen en loterías, ya que en la mayoría de casos los niños no son conscientes de las consecuencias de escribir sus nombres en formatos o celdas en la red, y corren un gran riesgo. También se debería prestar atención a los teléfonos móviles, tomando en cuenta el alto porcentaje de penetración que estos tienen entre los niños y jóvenes, y cuidar este canal de difusión de los anuncios inadecuados.

Privacidad: Una vez que el contenido se ha publicado en la red, este se puede esparcir rápidamente por el mundo y permanecer en existencia indefinidamente. Los usuarios, en especial los niños y jóvenes, a menudo no son conscientes de las consecuencias a corto y largo plazo de publicar textos y fotos que no quisieran que fuesen publicadas en un futuro. La información almacenada en un servidor o una plataforma puede ser accedida fácilmente por otras personas, y el público en general no es consciente de que tan desprotegida puede estar su información personal. Es importante que cuando las personas utilicen Internet, sean conscientes del ambiente en el que están trabajando.

Violación del derecho de Autor: La violación del derecho de autor es un riesgo que está relacionado en su mayoría con la conducta de los usuarios, sin tomar en cuenta que el derecho de autor haya sido violado a propósito o accidentalmente, la violación se le considera como un fraude y pone al violador en riesgo de ser sancionado.

Riesgos relacionados con el contacto en línea. Adaptado de Youth Protection Roundtable Tool Kit – Stiftung Digitale Chancen 2009

Consejos dañinos: Los foros, blogs y otras áreas relacionadas con el contacto en Internet proveen una plataforma para el intercambio de información y consejos entre los usuarios. Esto puede ser de gran ayuda pero también puede facilitar el contacto con consejeros inadecuados o más aún peligrosos. El riesgo de recibir un consejo dañino, en especial para niños y jóvenes, es mayor en las plataformas comunitarias sociales u otras aplicaciones de la Web 2.0 que en los otros sitios regulares de la red.

Robo de identidad: Es apropiarse, utilizar la identidad de otras personas (por Ej. el nombre del usuario y la clave) con el intento de cometer un fraude comercial u otro tipo de fraude y beneficiarse de lo que se llama el robo de identidad. El robo de identidad es un riesgo creciente a medida que las identidades virtuales se incrementan con el número de personas que están en línea y especialmente aquellas que utilizan servicios personalizados.

Robo de dinero/phishing: Phishing se refiere al proceso de recolectar detalles bancarios, en especial los números de identificación personal (PINs) y los números de autenticación de las transacciones (TANs) con el intento de saquear las cuentas bancarias de otras personas. Generalmente los jóvenes no reconocen un sitio falso de Internet y dan sus datos bancarios.

Fraude Comercial: El fraude comercial ocurre cuando los vendedores pretenden vender bienes y servicios los cuales, después del pago, no demuestran los atributos prometidos o no se entregan. También puede ser el resultado de un robo de identidad o phishing.

Grooming: El "grooming" se refiere a los pedófilos que utilizan el Internet como medio de contactar a los niños y los jóvenes y mientras los contactan ocultan su identidad real. A menudo basan su estrategia en el deseo que los niños tienen de hacer amigos y conocidos. Todas las áreas que proveen plataformas de contacto personal e intercambio pueden proporcionar una base para ataques de grooming. Cómo se mencionó anteriormente, se debería tomar en cuenta el teléfono móvil (como un dispositivo adicional para contactar a otros o tener acceso a las redes sociales), sobre todo a medida que los niños ven a su teléfono móvil como una pieza especial de su vida privada y en su mayoría están solos usándolo. Por lo tanto, el incremento de las tecnologías de comunicación móviles y las redes sociales, ha hecho que los riegos de ser presa de un ataque de grooming, luego de aceptar una invitación peligrosa, sean cada vez mayores.

Bullying (Acoso): Los distintos tipos de acoso parecen ser parte de la vida de las personas. El acoso o abuso de otros es mucho más sencillo por Internet debido al anonimato que el medio ofrece. Los niños y los jóvenes se encuentran frente a un riesgo particular de ser tanto víctimas de abuso y de ser los infractores también. Por lo tanto el abuso está relacionado con nuestra propia conducta así como con la conducta de otros. A pesar de que publicar contenido como fotos difamatorias puede ser parte del abuso, el fenómeno se relaciona básicamente con el contacto en línea. Como se mencionó anteriormente, los teléfonos móviles multi-funcionales generalmente se utilizan para tomar fotos con la intención de acosar y luego subir las fotos al Internet o enviarlas a otros a través de los mensajes multimedia (SMS). Muchos niños y jóvenes tienen teléfonos móviles equipados con cámaras digitales, por lo que el abuso se ha vuelto más fácil.

Difundir información privada: Cuando se establece o crea un perfil en una plataforma social, se invita a los usuarios a que revelen información privada para que se presenten a la comunidad. También, los sitios de chat y los foros de usuarios pueden revelar información privada a otros, tal como sus direcciones o números de teléfono. Los jóvenes especialmente, no son capaces de prevenir cuales serían las consecuencias de publicar su información privada. A menudo no son conscientes de que un sitio de chat no es un espacio privado sino público.

Profiling (Hacer perfiles): Con el creciente número de perfiles que una persona puede publicar en las distintas plataformas, hay un mayor riesgo de que la información personal que se publica en una plataforma sea unida con los datos publicados en otras plataformas y que se de a otros lugares (por Ej. para encuestas o rifas). Por lo tanto, se crean perfiles que hacen posible que se contacte a las personas directamente con contenido que potencialmente no es deseado, al igual que servicios y anuncios. Se pueden llevar los perfiles fuera del sitio en la red cuando la información personal se presenta de una manera pública, pero una práctica aún más peligrosa es cuando los perfiles de los usuarios (o sus perfiles parciales) se recolectan de la base de datos detrás del sitio en la red y el proveedor de la plataforma los vende a terceras personas.

ﬁ Es importante entender lo que significa el contenido dañino. La ley internacional de los derechos humanos especifica un número de restricciones aceptables a la libertad de expresión

– especialmente cuando la libertad de palabra entra en conflicto con otros derechos. Ejemplos de estos temas que pueden estar restringidos incluyen el incitar a la violencia o al odio racial, imágenes de contenido sexual de niños y difamación. En cada caso, la ley internacional estipula que las restricciones deben ser bien detalladas y supervisadas por las cortes

- Solicite a los profesores que compartan cualquier experiencia que ellos o uno de sus amigos hayan tenido con uno de los peligros antes mencionados. ¿Cómo lo manejaron? ¿Cuál fue el resultado final? ¿Qué lecciones aprendieron?

ﬁ Por ejemplo, tome en cuenta el robo de identidad, robo de dinero/phishing, violación de los derechos humanos, difamación o cualquier otro tipo de abuso en Internet. A través de una investigación y utilizando los recursos que tienen en el Curriculum para profesores de Alfabetización Mediática e Informacional, identifique y haga una lista de los pasos que hay que tomar y las características exactas que los profesores deberían ver para identificar solicitudes fraudulentas de información en línea, sitios en la red que son fraudulentos, y contenido que viole los derechos humanos. ¿Cuáles son algunos de los beneficios de la banca y el comercio electrónico? Los recursos que se utilicen en esta actividad deberán ser prácticos y representar casos reales en la medida de lo posible. Los profesores pueden realizar actividades relacionadas con todos los riesgos antes mencionados

ﬁ Haga una investigación en línea sobre la riqueza disponible de la información médica (o cualquier otra categoría) en Internet. ¿Acaso los sitios médicos en la red le pueden ayudar a diagnosticar cualquier problema de salud que usted tenga? ¿Es seguro tomar acciones relacionadas con su salud basándose en una recomendación que ha encontrado en la red? Enumere y hable acerca de las principales formas para determinar la autenticidad y la autoridad de algunos de estos sitios médicos en la red?

ﬁ Si usted es parte de una red social, haga una investigación en Google sobre su nombre: ¿Qué tanta información personal sobre usted está disponible en el dominio público? ¿Puede usted encontrar todavía información suya que usted eliminó de la red social? ¿Cuál de los riesgos antes mencionados pueden estar relacionados con esto?

ﬁ Tome un extracto de una afirmación de Facebook sobre los derechos y responsabilidades, Artículo 2 7 "Compartir su Contenido e Información" (o de cualquier otra red social o incluso el software que llega a su computadora). En pequeños grupos analice si el extracto que ha seleccionado podría afectar a la privacidad de alguien e incluso quizá a su seguridad. ¿Cómo los usuarios pueden controlar el contenido personal que se pone en línea? Analice y hable sobre quién tiene el derecho de autor de ciertos tipos de contenidos (fotos, videos, etc.) que se ponen en las redes sociales o en la red

ﬁ Examine la Convención de las Naciones Unidas sobre el derecho de los Niños (http://www.unicef.org/crc/) la cual establece los derechos humanos básicos que los niños tienen en todo el mundo: el derecho a la supervivencia; a desarrollarse en su máximo potencial; a la protección de influencias dañinas, del abuso y explotación; y a participar totalmente en la vida familiar, cultural y social. Analice si hay artículos de la Convención que requieran de un desarrollo adecuado de lineamientos para proteger a los niños de la información y del material que pudiera afectar su bienestar

ﬁ De acuerdo con el informe Technology Watch Report 10 de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, las acciones para abordar las preocupaciones de privacidad y seguridad son la prioridad número uno para mejorar la vida en el mundo digital e Internet. (UIT 200). La ausencia de una seguridad robusta, inevitablemente representa un riesgo para todos los sistemas y procesos que se basan en la comunicación electrónica, incluyendo los medios (UIT 2006). Una seguridad débil (o ausente) hace que existan más crímenes cibernéticos. Esta amenaza es tan seria que la International Multilateral Partnership Against Cyber Threats (IMPACT) fue creada para promover la cooperación internacional y hacer que el ciber-espacio sea más seguro. El Dr. Hamadoun Touré, Secretario General de la UIT dice que "el acceso a la

comunicación es inútil si la paz y la seguridad en línea no pueden ser garantizadas" y añade que deberíamos ver al mundo digital como "una comunidad integrada, donde los usuarios tengan que sacrificar algunas libertades y anonimato a cambio de una mejor seguridad…" (Noticias UIT).

Sin embargo, muchos activistas de la libertad en Internet están preocupados sobre la interferencia y el control del gobierno. Hay una creciente preocupación sobre Internet que se está convirtiendo en un espacio cerrado y controlado en lugar de ser un espacio abierto de interés público, y está cada vez más dominado por los gobiernos y las corporaciones. Puede ser que para algunos gobiernos y negocios, la seguridad sea un factor importante, aunque este no es el caso para muchos ciudadanos

- Hable sobre las declaraciones del Dr. Touré. ¿Cree usted que los gobiernos necesitan dar pasos para hacer que el mundo virtual sea más seguro? ¿Por qué si o por qué no?

fi Está usted de acuerdo con que tendría que sacrificarse la privacidad hasta un cierto grado? ¿Cuáles son algunas de las implicaciones? ¿Por qué cree usted que no es posible o deseable regular Internet como a la televisión o a la radio? ¿Qué sucedería si Internet fuese controlado por un país o una región en el mundo?

fi Realice una investigación de varios (5-10) tipos de herramientas que se utilizan para la seguridad de Internet – bloqueo, filtrado, controles legales, etc. Hable sobre los beneficios y las desventajas

fi Elija cualquier sitio en la red de una red social o software que usted utilice. Experimente con las configuraciones de privacidad. Busque en "condiciones de uso" las condiciones de "privacidad y seguridad". ¿Cree usted que las salvaguardias de la privacidad son suficientes para ayudarlo a evitar algunos de los riesgos descritos en esta sección? (vea los cuadros acerca de los riesgos relacionados con el contenido y los contactos de Internet)

fi ¿Cuáles son algunas de las repercusiones cuando usted pone las configuraciones de privacidad a los niveles máximos?

MÓDULO 8: ALFABETIZACIÓN INFORMACIONAL Y DESTREZAS BIBLIOTECARIAS

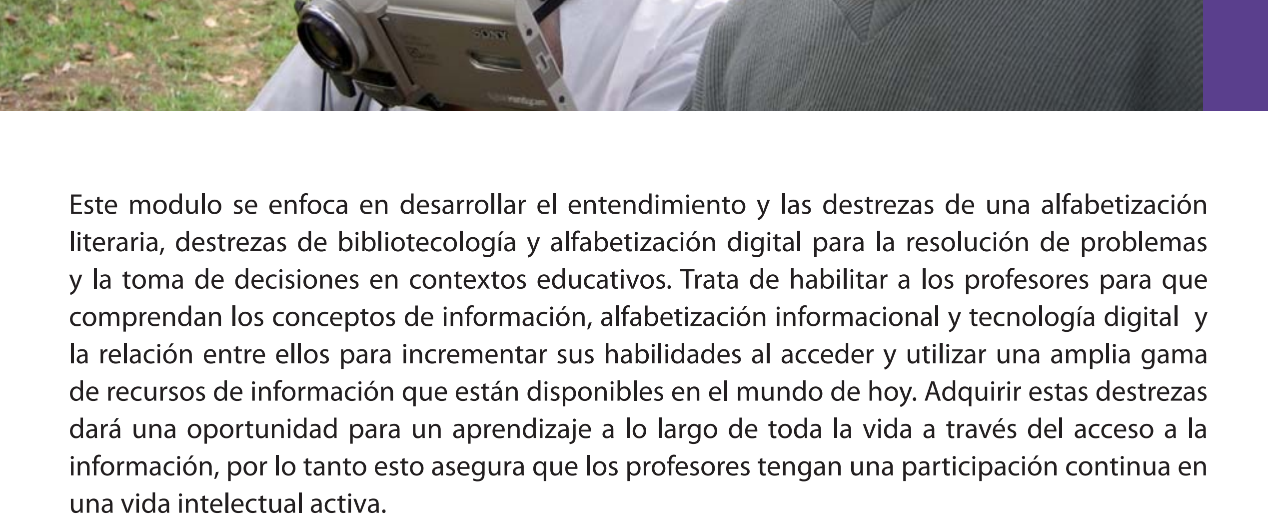
ANTECEDENTES Y FUNDAMENTO

Los profesores ya han sido expuestos a lo básico de la alfabetización mediática y informacional (AMI) en la unidad introductoria del Módulo 1. El objetivo de este módulo es enseñar que hay otras habilidades importantes de información y que también son componentes vitales de AMI.

Este módulo enfatiza los bloques de construcción que contribuyen a la alfabetización informacional. Muchos cursos se concentran en la entrega de conocimiento en lugar de aprender a aprender. Sin embargo, el creciente énfasis en el valor de AMI en la educación y en una sociedad más amplia subraya la importancia de que los usuarios sean aprendices entrenados. Esto significa el aprender a reconocer sus necesidades de información; que puedan localizar/recuperar la información de una manera eficaz e eficiente; analizar, organizar y evaluar esta información; y utilizar, aplicar, reproducir y comunicar esta información para fines específicos de toma de decisiones y resolver problemas (UNESCO, 2008).

Los profesores tienen que adquirir por sí mismos y desarrollar en sus estudiantes un conjunto de competencias (conocimiento, habilidades y aptitudes) para obtener, entender, adaptar, generar, almacenar, y presentar la información para el análisis de problemas y la toma de decisiones. Estas competencias son aplicables a cualquier contexto de enseñanza y aprendizaje, el ambiente educativo, trabajo general/ambiente de trabajo o para enriquecimiento personal. Un profesor alfabetizado en medios e información es capaz de entender la información y los mensajes de los medios de distintas fuentes de información y es capaz de evaluar y utilizar este entendimiento apropiadamente para resolver los problemas. Él / ella también ha adquirido habilidades básicas de bibliotecología y es capaz de maximizar el uso de las fuentes documentales para aprender y compartir la información. El profesor que es alfabetizado en medios e información entiende y aprecia las funciones de los medios y los otros proveedores de información en la sociedad, tales como bibliotecas, museos, archivos, Internet y las instituciones educativas y de investigación que trabajan en este campo.

Los proveedores de información ofrecen un servicio importante a las personas para que puedan tener acceso a la misma y en algunos casos guardar su propia información. Más allá de los medios, existen otras fuentes de información que las personas utilizan (por Ej. noticias de salud, informes de gobierno e información comunicada oralmente, tanto informalmente como a través de debates públicos). Estos se pueden hacer electrónicamente (por Ej. debates que son televisados durante las elecciones) o en sesiones cara a cara (por Ej. reuniones en la municipalidad). Estos eventos pueden ser mediados por “los medios” o por las personas. Básicamente, AMI también acoge las destrezas bibliotecarias, las destrezas de estudios e investigación y las destrezas de tecnología.



Este modulo se enfoca en desarrollar el entendimiento y las destrezas de una alfabetización literaria, destrezas de bibliotecología y alfabetización digital para la resolución de problemas y la toma de decisiones en contextos educativos. Trata de habilitar a los profesores para que comprendan los conceptos de información, alfabetización informacional y tecnología digital y la relación entre ellos para incrementar sus habilidades al acceder y utilizar una amplia gama de recursos de información que están disponibles en el mundo de hoy. Adquirir estas destrezas dará una oportunidad para un aprendizaje a lo largo de toda la vida a través del acceso a la información, por lo tanto esto asegura que los profesores tengan una participación continua en una vida intelectual activa.

UNIDADES

1. Conceptos y Aplicación de la Alfabetización Informacional
2. Ambiente de Aprendizaje y Alfabetización Informacional
3. Alfabetización Informacional Digital

UNIDAD 1: CONCEPTOS Y APLICACIÓN DE LA ALFABETIZACIÓN INFORMACIONAL

DURACIÓN: 2 horas

TEMAS CLAVES

- Introducción a la información y a la alfabetización informacional
- Conceptos claves en la alfabetización informacional
- Impacto de la informatización en las sociedades y las nuevas destrezas

- Estándares y aplicaciones de la alfabetización informacional
- Etapas de la alfabetización informacional

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- Describir el papel y la importancia de la información y la necesidad de las destrezas en la alfabetización informacional en las sociedades de la información y el conocimiento
- Demostrar las etapas de entendimiento/principales elementos de las destrezas de alfabetización informacional que se pueden aplicar en todos los campos
- Identificar y explorar las fuentes generales de información (impresa y electrónica)
- Analizar los estándares de alfabetización informacional
- Identificar y discutir los temas de ética y de responsabilidad en el uso las herramientas de información y los recursos

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

Los términos "información", "alfabetización informacional", "TICs" y "destrezas claves" para el siglo XXI se utilizan frecuentemente en discusiones sobre la sociedad de la información y el conocimiento. Los ciudadanos requieren nuevas competencias (conocimientos, destrezas y actitudes) para participar y contribuir en la sociedad. Es importante tener una comprensión de estos términos antes de comprometerse en la capacitación, y antes que nada se debe empezar con una comprensión clara del concepto de información.

DEFINICIÓN DE INFORMACIÓN

Hable sobre las definiciones de información que se encuentran a continuación:

- La información son datos que han sido recolectados, procesados e interpretados de manera que puedan ser presentados de forma que puede ser utilizada
- Información es aquello "que nos cambia" (Stafford Beer, 1979)
- Información es "aquello que llega a la conciencia del hombre y contribuye a su conocimiento" (Blokdjik y Blokdijk, 1987)
- "Información son los datos que han sido procesados en una forma que tienen sentido para el receptor y que es real o de un valor percibido en acciones o decisiones del presente o futuro" (Davis y Olsen, 1984)

¿Qué tienen estas definiciones en común? ¿Cree usted que son relevantes en el siglo XXI? Busque otras definiciones de información. ¿Puede encontrar otras definiciones que dan una descripción más amplia del término?

DEFINICIÓN DE ALFABETIZACIÓN INFORMACIONAL

Defina el término alfabetización informacional:

- "La alfabetización informacional es un derecho humano básico en el mundo digital" (Proclamación de Alejandría, 2005)
- La alfabetización informacional es un conjunto de competencias individuales necesarias para identificar, evaluar y utilizar el uso de la información en la forma más ética, eficiente y eficaz a través de todos los campos, ocupaciones y profesiones
- La alfabetización informacional posibilita que las personas hagan un buen uso de la tecnología de la información y el comunicación

Defina qué es el pensamiento crítico, hable sobre el papel del análisis, síntesis y evaluación de la información en el pensamiento crítico. Presente un caso que tenga significado y valor en el contexto de la vida diaria de los estudiantes.

Las etapas/elementos de la alfabetización informacional incluyen:

- Identificar/reconocer las necesidades de información
- Determinar las fuentes de información
- Localizar y buscar la información
- Analizar y evaluar la calidad de la información
- Organizar, almacenar y archivar la información
- Utilizar la información de manera ética, eficaz y eficiente
- Crear y comunicar el nuevo conocimiento

Hable, en general, sobre las etapas/elementos de la alfabetización informacional (ver Woody Horton Jr., 2007 Understanding Information Literacy – a Primer, UNESCO, páginas 9-13 y Anexo B).

Pida a los profesores que preparen una lista de comprobación de las principales destrezas que necesitan en cada etapa/elemento del proceso de la alfabetización informacional. ¿De qué manera se aplica esto en los distintos contextos de resolución de problemas? ¿Cómo identificaría usted y definiría de una manera precisa la información que se necesita para resolver un problema o tomar una decisión? (por Ej. un consejo financiero para manejar un problema financiero)

Podemos agrupar las fuentes de información en tres grandes grupos: fuentes primarias, secundarias y terciarias. Describa estas fuentes de información a los profesores y guíelos para que puedan dar ejemplos de dichas fuentes.

SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO

Hay un gran cambio en la forma de como el mundo funciona ahora. Llevados por el rápido crecimiento tecnológico, la información y el conocimiento se han convertido en el motor de la vida económica, social, política y cultural. De este fenómeno nace lo que se ha denominado las sociedades de la información o del conocimiento.

- Lleve a cabo una investigación en su biblioteca o en Internet sobre el término "sociedad de la información". Describa cuáles son los supuestos claves que subyacen a la sociedad de la información. Hable sobre la importancia de estos supuestos de vivir y aprender en la edad en la que vivimos ahora. Haga la misma tarea con el término "sociedad del conocimiento". ¿Cuáles son las similitudes que se perciben entre los dos términos, puede observar alguna similitud?

- Solicite a los profesores que escriban lo que ellos piensan sobre la alfabetización informacional, incluyendo las destrezas de bibliotecología, basándose en sus propios conocimientos. También deberán anotar cinco razonas de por qué es importante tener estas destrezas para la supervivencia en la sociedad de la información
- Solicite a los profesores que dibujen un diagrama con las debidas anotaciones, describiendo las relaciones entre información, sociedad de la información, TICs, sobrecarga de información y alfabetización mediática e informacional (AMI)
- Hable con los profesores sobre cómo el nivel de la alfabetización informacional se ha cambiado/incrementado en nuestras vidas, particularmente en los niveles universitarios hasta los niveles de post-grado y de profesionales (en el contexto del aprendizaje a lo largo de la vida). Hable sobre el círculo de producción de información y conocimiento. Analice el papel, las funciones y las responsabilidades de los proveedores de información en la sociedad. Hable sobre cómo se desarrollan las destrezas de alfabetización informacional utilizando las TICs
- Describa qué es lo que hace que un estudiante sea alfabetizado en informática
- Compare y contraste cómo se generan los diferentes tipos de información, sus características comunes, y sus usos y el valor para la salud y el bienestar, en la sociedad civil, en el sector educativo y para el trabajo y la actividad económica.
- Investigue y debata sobre uno de los puntos a continuación:
    - La información es un aporte para la acción y la toma de decisiones y no sólo para transferirse (para mayor referencia ver Towards Literacy Indicators, UNESCO, 2008, página 14)
    - El suministro de y el acceso a la información es una fuente de poder y control en la sociedad
    - ¿La alfabetización informacional requiere destrezas distintas a las de las TICs? Por ejemplo, ¿pueden las personas ser alfabetizadas en información en ausencia de las TICs?
- Hable sobre las actitudes culturales hacia la información. ¿Cómo se ve y se valora la información en su sociedad? ¿Cómo los puntos de vista de la información impresa (por Ej. de los principales periódicos) se comparan con la información generada por los medios electrónicos? ¿Cuál es la relación entre la información y el poder y entre los medios impresos y los medios digitales? ¿Cuál es la identidad de la(s) persona (s) detrás de la información generada? El conocimiento de esta información es importante y por qué? Proponga las siguientes actividades a los profesores
- Evalúe el valor de la información de los medios impresos (por Ej. periódicos, revistas, etc.) y los costos asociados con su almacenamiento, recuperación y uso. La investigación también debe tomar en cuenta los siguientes puntos: el valor de la información basada en los beneficios que genera, el valor real de la información basada en su disponibilidad o no-disponibilidad, y las consecuencias para los usuarios si la información no está disponible
- ¿De qué manera las destrezas de la alfabetización informacional son relevantes para combatir las enfermedades, mejorar las oportunidades de empleo y mejorar las prácticas pedagógicas de los profesores en las clases?
- Usando Internet o la biblioteca de la escuela/colegio o ambos, identifique un problema o un tema para investigar en una de las siguientes áreas: educación cívica, ciencias, estudios sociales, historia o geografía. Presente los resultados de su investigación usando una presentación en Power Point. Después de la presentación, reflexione sobre lo siguiente: ¿De qué forma usted seleccionó lo que quería presentar de entre una gran variedad de información disponible sobre el tema? ¿De qué quería usted tener más información que no pudo tener acceso, o cómo afectó esto a su presentación? Finalmente, ¿transformó usted la información que recopiló para aplicar su contexto particular? ¿Cómo y por qué?

UNIDAD 2: AMBIENTE DE APRENDIZAJE Y ALFABETIZACIÓN INFORMACIONAL

- DURACIÓN: 3 horas

TEMAS CLAVES

- El Big6 (Gran6) – una guía a la resolución de problemas en información en seis etapas
- Uso de las bibliotecas
- Ambientes de aprendizaje y proveedores de información

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- Entender las diferencias entre la transmisión de información y la información para el aprendizaje
- Describir y demostrar un entendimiento de los aspectos claves para organizar la información, es decir utilizar esquemas de clasificación para localizar información y conocimiento (por Ej. clasificaciones de colecciones bibliotecarias, índices, abstractos, bibliografías, bases de datos, etc.)
- Utilizar una biblioteca de una manera eficaz para el aprendizaje – evaluar las oportunidades que una biblioteca presenta para investigar un tema de actualidad
- Aplicar las seis etapas del Big6 sobre la resolución de problemas en información

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

- Solicite a los profesores que consideren el siguiente marco de seis etapas para la alfabetización informacional y la resolución de problemas en información (si desea una descripción más detallada del marco, vea el cuadro al final de esta unidad):

  1. Definición de Tarea: defina el problema de la información e identifique la necesidad de información

  2. Estrategias de busca de información: determine todas las fuentes posibles y seleccione las mejores

  3. Localización y acceso: ubique las fuentes y encuentre la información dentro de las mismas

  4. Uso de la información: ecapte (por Ej. lea, escuche, vea, toque) y extraiga la información relevante

  5. Síntesis: organice la información de las múltiples fuentes y presente la información

  6. Evaluación: juzgue el producto (efectividad) y el proceso (eficacia)

- Compare esto con otras taxonomías de ciclos de información, como aquellas en el proceso desarrollado por Wody Horton, Jr. (2007) o la Taxonomía revisada de Bloom para alfabetización informacional. ¿Está usted de acuerdo que las seis etapas del Big6 son los elementos claves de la alfabetización informacional? Si no es así, ¿qué es lo que usted añadiría y por qué? En realidad, ¿cree usted que estas seis etapas ocurren en un orden secuencial claro como se presentan?
- Ahora guíe a los profesores a través de cada etapa del proceso de resolución de problemas en información de acuerdo al cuadro que se presenta al final de la unidad, y asegúrese que tengan el tiempo necesario para abordar todos los temas/preguntas que se detallan en el cuadro

fi Busque una revista impresa o en formato electrónico en la biblioteca de su escuela/colegio (o la principal biblioteca en su ciudad o pueblo) sobre educación (por Ej. educación de profesores, educación especial, educación comparativa, etc.). En la revista, identifique un tema sobre el cual usted quiera conocer más. Haga un resumen de los principales hallazgos/temas en los artículos. ¿Qué tan útil es la información para su práctica profesional como profesor? ¿La información es aplicable para el contexto de su país? De ser así, ¿de qué manera usted usaría esta información?

fi Reúnase con el bibliotecario de su escuela/colegio/universidad y hable sobre las destrezas de información que sus profesores deberían tener para maximizar el uso de la biblioteca, y permítales que comparen la información que han adquirido en la biblioteca con otras fuentes (por Ej. Internet) y evalúe la utilidad en términos específicos de trabajo

fi Evalúe el ambiente de la escuela/colegio en relación a las necesidades de alfabetización informacional y haga recomendaciones específicas que mejorarían la alfabetización informacional de los estudiantes

fi El Big6 y la resolución de problemas en información: utilice los recursos de información en la biblioteca para explorar un tema o un tema de actualidad (por Ej. derecho al voto, democracia, VIH/SIDA, etc.). Aplique las etapas del Big6 para explorar este tema.

fi Utilice la tecnología de las computadoras para tener acceso a la información en temas de interés y presente la información (textual o numérica) en un cuadro o en un formato gráfico. Compare la cantidad, calidad y utilidad de la información de sus recursos bibliotecarios con la información del Internet

fi Escriba un ensayo sobre cómo el uso de la radio y la telefonía móvil está cambiando la cara de la generación de la información y su uso en su país. Presente sus descubrimientos por medio de una presentación en Power Point

CUADRO: Marco de seis etapas para la alfabetización informacional y la resolución de problemas de información

ETAPAS	TEMAS / PREGUNTAS
Etapa 1: Definición de las necesidades o problemas de información	¿Qué es lo que quiero conocer? ¿Qué problema estoy tratando de resolver? ¿Entiendo la naturaleza del problema o el tema que estoy investigando? ¿Puedo definir claramente mis necesidades de información o el problema? ¿Qué conocimiento previo tengo sobre el tema? ¿Cuánta información quiero sobre el tema?

Etapa 2: Estrategias para buscar información	¿Cuánto tiempo tengo para encontrar esta información? ¿Dónde debo buscar la información? Se debe guiar a los profesores hacia los mejores recursos para ciertos tipos de información y el por qué. Dependiendo del contexto, esto puede incluir (i) recursos primarios, que son las fuentes originales, en lugares en los que la información no se interpreta, tales como informes de investigación, recibos de venta, discursos, correos electrónicos, piezas de arte original, manuscritos, fotos, diarios, cartas personales, historias orales/entrevistas o informes diplomáticos; (ii) fuentes secundarias, que son producidas por los proveedores de información, donde la información ha sido interpretada, analizada o resumida (por Ej. libros académicos, revistas, críticas o interpretaciones); y (iii) fuentes terciarias, que incluyen compilaciones, índices y otras fuentes organizadas (por Ej. abstractos, bibliografías, libros de referencia, enciclopedias, índices, cronologías, bases de datos, etc.) ¿Dónde busco, en la biblioteca física, Internet (incluyendo las bibliotecas digitales), museos, archivos, etc.? ¿A quién puedo solicitar ayuda?
Etapa 3: Localización y acceso	Aquí se debe guiar a los profesores a buscar la información de una manera eficiente en las fuentes antes mencionadas en la Etapa 2. Esto debería incluir: 1) Consejos para buscar en Internet, incluyendo una búsqueda general y una búsqueda especializada en un campo en especial (por Ej. el país de los estudiantes); entender los nombres de los dominios (por Ej. edu.,gov., org. etc.), buscar en la red fotos y sonido (audio y video) y buscar en sitos académicos en la red (por Ej. Googlescholar); 2) Usar el índice y la lista de contenidos para buscar eficazmente en un libro, y buscar dentro de los archivos electrónicos en PDF, etc. 3) Utilizar las bibliotecas (buscar catálogos de bibliotecas, publicaciones periódicas, índices y abstractos y libros de referencia) ; 4) investigar bases de datos (ejemplos de bases de datos populares como AGRICOLA, AGRIS7CARIS, EBSCO o Expanded Academic ASAP, y otras en el país y la región de los estudiantes); consejos para búsqueda de bases de datos (búsquedas por palabras claves, identificación de sinónimos y variaciones de ortografía, búsqueda por tema o autor, combinar palabras claves como "y", "o" y "no", uso del truncamiento y caracteres comodín, y buscar por límites, tales como fecha, idioma, tipo de publicación y trabajos revisados por pares; y 5) utilizar la alimentación de RSS para recibir la información que usted necesita automáticamente.
Etapa 4: Evaluación crítica	Criterio de evaluación necesario para valorar/validar la confiabilidad, autenticidad o calidad de la información en los libros, sitios en red, otros recursos en línea, etc.
Etapa 5: Síntesis	¿Qué es una tesis? ¿Cuál es mi tesis? ¿De qué forma se relaciona con el problema que quiero resolver? ¿Cómo puedo organizar la información relevante que proviene de múltiples fuentes de una manera eficaz? ¿Cómo presento la información? ¿Qué herramientas están disponibles? ¿Qué herramientas necesito?
Etapa 6: Uso de la información, compartir y distribución	Aplicar la información que he localizado para resolver mi problema. Fuentes de referencia/rastreo, uso de la bibliografía/herramientas de referencia disponibles como zotex, refwork, etc. Herramientas que están disponibles para compartir, distribuir y cooperar con otros que tienen necesidades de información similares o problemas (por Ej. Google Documents, Wikis, Slash, etc.) Entendimiento de los derechos de autor y el plagio

UNIDAD 3: ALFABETIZACIÓN INFORMACIONAL DIGITAL

DURACIÓN: 3 horas

TEMAS CLAVES

- La naturaleza de la información en línea
- Explorando el hardware y el software de las computadoras
- Leyes de propiedad intelectual en la edad de la información digital. Protección del software de la computadora y los datos electrónicos
- Servicios digitales, incluyendo la traducción por computadora, voz a texto y transcripción de audio
- Aprendizaje a través del Internet (es decir: aprendizaje en línea (E-learning))
- Preservación digital y formatos digitales

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- Describir lo digital vs. lo analógico, incluyendo la creación, almacenamiento, transporte, distribución y preservación de las fases de la información digital
- Utilizar las capacidades básicas de las herramientas de productividad para el procesamiento de palabras, almacenamiento de archivos, acceso a fuentes remotas de información, y la comunicación interpersonal
- Utilizar la tecnología de la información para re-definir muchos aspectos de la experiencia académica y personal
- Comprender y aplicar las leyes de propiedad intelectual incluyendo los bienes comunes creativos y las licencias de derecho de autor
- Buscar en el Internet utilizando técnicas relevantes (motores de búsqueda, directorios de temas y puertas de entrada (gateways)
- Entender el papel de los proveedores de información (por Ej. bibliotecas, museos y archivos para preservar la información digital)

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

- Almacenamiento de la información de formato digital, permitiendo que sea accesible utilizando una amplia gama de dispositivos, no como en otras formas de información analógica. Este acceso flexible hace que la digitalización sea importante y también da énfasis a la necesidad de aprender destrezas digitales junto con las destrezas de información. Esencialmente, la alfabetización digital incluye el analizar, localizar, organizar, evaluar, crear y utilizar la información utilizando la tecnología digital. Hable sobre las ventajas de tener

la información en un formato digital (transmisión eficaz, almacenamiento, investigación, manipulación, compatibilidad, etc.)

- Si los profesores tienen un conocimiento limitado o no tienen conocimiento sobre las computadoras y el software, planifique una serie de sesiones en un laboratorio de computadoras (física o virtual). Guíe a los profesores para que se familiaricen con lo básico del hardware, software, redes y servidores. Esto también puede incluir las destrezas básicas de teclado y "Mouse", tipos de archivos y archivo. También se debe exponer a los profesores a los elementos básicos del software de fuentes abiertas y a la tecnología de bajo costo. Entregue a los profesores una lista de software con licencia y los dispositivos populares de hardware de computadora. Solicite a los profesores que investiguen en Internet y que hagan una lista de por lo menos dos ejemplos de software abierto y dispositivos de hardware de computadora de bajo costo con funciones similares a las de las herramientas seleccionadas que tienen licencia. Evalúe de una forma crítica las posibles ventajas y desventajas de cada una

ACTIVIDADES

- Investigue en Internet y en otros recursos en línea, tales como bases de datos y bibliotecas electrónicas y recolecte información sobre un tema específico de investigación. Reduzca las fuentes de información para que calcen en su propósito de investigación. Busque palabras claves, operaciones lógicas (por Ej. "y", "o") y determine qué elementos trabajan mejor y por qué
- Cree un plan de actividades o un conjunto de actividades para que los estudiantes utilicen varios recursos de los medios digitales para preparar un proyecto, evaluación o deber. Hable sobre las características que las nuevas tecnologías brindan a las personas con discapacidad para que tengan acceso a la información digital (por Ej. acceso a la red y la creación de documentos digitales en formatos accesibles)
- Estudie un sitio en Internet que se utilice para dar cursos sobre educación a profesores o cualquier otro programa educativo. Revise cómo se organiza esta información y cómo se tiene acceso al sitio. ¿Qué recursos de información digital se utilizan? ¿Cómo se integran los recursos digitales a los materiales del curso? Practique hacer uso de este sito y hable sobre lo útil que puede ser para el aprendizaje y cuáles son las limitaciones. Hable sobre las ventajas y desventajas
- Visite varios "blogs" y "wikis" que han sido creados por individuos o en colaboración con otras personas. ¿Qué tipo de intercambio de información se da en estos medios en línea? ¿Para qué propósito sirve la información? ¿Quién provee la información? ¿Cuáles cree usted que son las motivaciones y los motivos?
- Visite un sitio Wiki educativo y analice como presenta y enseña su curso o materia. Cree un sitio Wiki sobre un tema de actualidad en educación (por ej, mejorar las destrezas básicas de lectura y matemáticas en los primeros años de escuela). Organice un forum para una capacitación de profesores sobre el Wiki, y revise los beneficios y limitaciones de compartir la información utilizando esta plataforma
- Experimente creando un blog sobre un tema relacionado con la educación en su país. Debería ser un tema de actualidad que atraiga el interés y la capacidad de respuesta (por Ej. mejorar el acceso a la educación primaria y secundaria para los más pobres de la sociedad, diversificar el acceso a la información para los estudiantes de la escuelas secundarias para que mejoren la calidad de la enseñanza, por qué los pobres se hacen cada vez más pobres en una época de mayor conocimiento e información, etc.)

- Hable, desde el punto de vista de los estudiantes, acerca de ¿qué información digital debería ser preservada? ¿Cuáles son los principales criterios de selección y las soluciones técnicas disponibles, y cómo se puede asegurar la sostenibilidad? ¿Cuáles son otros aspectos de este tema de preservación?
- Identifique los instrumentos internacionales que están disponibles para la preservación de la información digital (por Ej. La Carta de la UNESCO sobre la Preservación del Patrimonio Digital, archivo digital y lineamientos de preservación)
  - Visite el sitio en red de una Biblioteca Patrimonio de la Humanidad
  - Hable sobre la importancia de la preservación y la promoción del patrimonio documental dentro del contexto de un desastre natural, como el terremoto de Haití, y hable sobre el trabajo realizado por los archivistas del Archivo Nacional de Haití. Encuentre el artículo que ilustra la situación de Haití después del terremoto en enero del 2010.
  - Pregunte a los estudiantes por qué se necesita un archivo en la red y cómo se hace

RECURSOS PARA ESTE MÓDULO:

- http://dis.shef.ac.uk/literacy. Este es un sitio que habla sobre las características de alfabetización informacional. También tiene enlaces a otros sitios en red y recursos de alfabetización informacional
- UNESCO. 2008. Towards Information Literacy Indicators – conceptual framework paper. Paris, UNESCO
- http://www.big6.com. Este sitio en la red tiene una gran cantidad de recursos relacionados con las etapas de la alfabetización informacional
- Gaunt, J., Morgan, N., Somers, R., Soper, R., and Swain, E. 2007. Handbook for Teaching Information Literacy. Cardiff, Cardiff University

MÓDULO 9: COMUNICACIÓN, AMI Y APRENDIZAJE - MÓDULO FINAL

"La innovación en el contenido requiere de innovación en la enseñanza"

Anónimo

ANTECEDENTES Y FUNDAMENTO

Este Curriculum sobre alfabetización mediática e informacional (AMI) debería ser visto dentro del amplio campo de la comunicación, de acuerdo a lo que establecen las nuevas teorías de la enseñanza. La enseñanza y el aprendizaje están íntimamente ligados y son parte integral del proceso de comunicación. De hecho, ninguna de las dos puede ser eficaz sin la otra (Ndongko, 1985). Los profesores y estudiantes, consciente o inconscientemente, aplican los elementos de un proceso de comunicación en el aula, a veces básico y a veces complejo.

La enseñanza y el aprendizaje se convierten en un reto mayor cuando se integran las nuevas tecnologías, como los medios de la comunicación de masas (radio, televisión, periódicos y bibliotecas) al aula. Que los profesores y los estudiantes adquieran las destrezas AMI abre oportunidades para enriquecer el medio ambiente educativo y promover un proceso de enseñanza-aprendizaje que sea más dinámico.

La interacción de los profesores y los estudiantes con los medios y otros proveedores de información puede ayudar a crear espacios de aprendizaje que sean democráticos y pluralistas, y que también contribuyan a la creación del conocimiento. Ser consientes de estas fuerzas dinámicas que se desarrollan en las clases supone un enfoque en los procesos cognitivos y meta cognitivos identificados en las teorías de enseñanza.

Este módulo, el último en la sección obligatoria del Curriculum, sirve como la piedra culminante para abarcar el contenido que se cubre en los módulos anteriores. Explora los vínculos entre la comunicación y el aprendizaje (incluyendo las teorías de aprendizaje), y sugiere como AMI puede mejorar esta relación. Finaliza con una discusión sobre cómo administrar el cambio a fin de fomentar un medio ambiente propicio para AMI.

UNIDADES

1. Comunicación, Enseñanza y Aprendizaje
2. Teorías de Aprendizaje y AMI
3. Manejando el Cambio Para Fomentar un Medio Ambiente Propicio para las Escuelas AMI



UNIDAD 1: COMUNICACIÓN, ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

- DURACIÓN – 2 horas

TEMAS CLAVES

- Definición de comunicación
- Teorías básicas sobre la comunicación
- Explorando la enseñanza y el aprendizaje como un proceso de comunicación y cómo el conocimiento de AMI puede contribuir a este proceso
- Estrategias para enseñar a través y sobre AMI

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- Demostrar un entendimiento básico de la comunicación
- Identificar y analizar las teorías básicas de la comunicación y su relación con el proceso de enseñanza-aprendizaje relacionado con la aplicación de las destrezas AMI

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

Si utilizamos los medios, bibliotecas, archivos y otros proveedores de información (incluyendo

Internet o las nuevas tecnologías) en el aula, tenemos que tomar en cuenta nuestra forma de enseñanza: ¿cómo utilizamos a los medios y a los otros proveedores de información? ¿De qué forma tienen un impacto sobre las formas en las cuales la información se comunica a los estudiantes?

Los modelos de comunicación pueden proveer un marco conceptual para insertar a AMI dentro de la experiencia de enseñanza y aprendizaje. Estos modelos dan la oportunidad de examinar de cerca los roles de los profesores, los estudiantes y los medios, bibliotecas, archivos y otros proveedores de información en las aulas. Muchos de estos modelos comparten los componentes que se enumeran a continuación (Shannon and Weaver, 1948; Schramm, 1954; Berlo, 1960):

- Emisor (el que origina/fuente)
- Mensaje (contenido)
- Canal (medio)
- Receptor (el que responde/decodifica)
- Retroalimentación (receptor a emisor y viceversa a medida que el enlace continúa)

Identifique las formas en las que este modelo podría ser aplicado a una experiencia de aprendizaje en su clase. ¿Qué rol asume usted como profesor? ¿Qué roles están disponibles para sus estudiantes? ¿Cómo se da forma a la experiencia de aprendizaje a través de estos roles? ¿Cómo se administra el proceso de retroalimentación en el proceso de enseñanza-aprendizaje? ¿De qué forma su conocimiento de AMI puede ayudar a mejorar el proceso?

Tome en cuenta las oportunidades que los estudiantes tienen para examinar críticamente las plataformas a través de las cuales ellos reciben la información en su clase. Relacione esto con las nociones de enseñar sobre y a través de los medios, bibliotecas, archivos y otros proveedores de información. ¿A través de qué medios los estudiantes están recibiendo la información en su clase? ¿Cuál es el impacto de estos medios en la experiencia de enseñanza y aprendizaje? Identifique los medios y las fuentes de información a las que los estudiantes tienen acceso en su clase. Explique cuál es la razón y el proceso de selección para incluirlos en el Curriculum.

Enseñar sobre AMI requiere un conocimiento y un análisis de los medios, bibliotecas, archivos y otros proveedores de información y del papel que estos juegan en el aprendizaje de por vida, y en transmitir y dar forma a la información y a los mensajes (es decir; los medios y la tecnología en si se convierten en los sujetos de estudio en la clase). El enseñar a través de los medios y los otros proveedores de información requiere un conocimiento y un análisis por parte de los profesores sobre su propio papel y el papel de los medios y la tecnología en el proceso de enseñanza y aprendizaje. Para decirlo de otro modo, ¿qué es lo que se enseña a través de los medios y/o tecnología en la clase? ¿Existe un tema en especial o materia que se enseña a través del uso de la tecnología o los medios? ¿Cómo pueden los profesores aplicar las destrezas AMI a lo que están enseñando?

Identifique ejemplos generales de enseñanza acerca de AMI y a través de los medios, bibliotecas, archivos y otros proveedores de información. Describa actividades/ejemplos específicos en su clase donde usen estos dos enfoques. ¿Qué ofrecen estos enfoques a los estudiantes en términos de su experiencia de aprendizaje?

UNIDAD 2: TEORÍAS DE APRENDIZAJE Y AMI

TEMAS CLAVES

- Pedagogía y AMI
- ¿Qué es meta cognición?
- Meta cognición y AMI: haciendo el vínculo

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- Desarrollar estrategias pedagógicas apropiadas para los estudiantes de AMI
- Identificar y desarrollar estrategias meta cognitivas para los estudiantes

ENFOQUES PEDAGÓGICOS

- Tome en cuenta las siguientes destrezas AMI que son esenciales para la alfabetización mediática e informacional:
  - Definición de la tarea
  - Investigación de la información
  - Localización y acceso
  - Análisis de los mensajes y la información
  - Evaluación del contenido en los mensajes y la información
  - Uso de la información
  - Síntesis
  - Evaluación

  Identifique las formas en las cuales los estudiantes pueden desarrollar y demostrar estas destrezas en su clase. Describa estrategias pedagógicas específicas o actividades que puedan llevar a cabo para que esto sea posible.

- Desarrolle una planificación de clase o esquema para una unidad curricular que incorpore estas estrategias y actividades. Desarrolle una lección/esquema en AMI, o una lección/esquema que integre AMI en un curso/materia ya existente. Identifique cuáles son las principales consideraciones/adaptaciones que los profesores tienen que hacer para que los estudiantes puedan demostrar estas destrezas de una manera exitosa
- Tome en cuenta el modelo de comunicación descrito en la unidad previa, explique y justifique el papel que los medios, bibliotecas, archivos y otros proveedores de información van a tener en el esquema de su lección/unidad. ¿Qué papel(es) va usted a asumir como profesor? ¿Qué rol(es) estarán disponibles para sus estudiantes? ¿De qué forma estos roles van a mejorar el proceso de aprendizaje?

- Para que los estudiantes tengan éxito como aprendices, es importante conocer la meta cognición y las estrategias de meta cognición. Se puede definir la meta cognición como "la cognición sobre la cognición" o "el conocimiento sobre el conocimiento". Esto puede tomar muchas formas e incluye el conocimiento sobre cuándo y cómo utilizar una estrategia en particular para aprender o para resolver problemas. En la práctica, estas capacidades se utilizan para regular nuestro propio conocimiento, para maximizar nuestro propio potencial para pensar y aprender, y para evaluar las reglas adecuadas de ética/moral (adaptado de la Wikipedia)
- Examine la lista de destrezas de AMI que aparece en las partes anteriores. Para cada destreza de AMI, haga una lista y describa una estrategia de meta cognición que los estudiantes puedan utilizar para fortalecer su experiencia de aprendizaje. Por ejemplo, se puede sustentar la definición de la tarea con el uso de un mapa conceptual, mientras que el análisis de los mensajes y la información se puede combinar con un diagrama que etiquete las distintas partes de un texto de información, acompañado de preguntas críticas
- Elija varias actividades de un módulo de su preferencia. Identifique las destrezas que los estudiantes requieren para completar cada actividad. ¿Qué papel puede tener la meta cognición en la transferencia de aprendizaje de esta actividad a una en la que los estudiantes tomen parte con los medios y otros proveedores de información fuera de la clase?
- Tome el módulo 1, Unidad 4 sobre las estrategias pedagógicas para la enseñanza de AMI. En el contexto de su propio Curriculum, elija una estrategia específica y adáptela o desarróllela para sus estudiantes. ¿Cómo integra este enfoque la teoría de comunicación con la experiencia de aprendizaje AMI? ¿Cómo esta estrategia se integra con las expectativas de su Curriculum? ¿ Cómo van a saber los estudiantes si han tenido éxito) (es decir: ¿dónde entra esta estrategia y términos del programa para la valoración y la evaluación?)
- Considere el papel de las bibliotecas y de los museos en el desarrollo de las destrezas AMI. Diseñe una actividad en la que ilustre cómo una actividad estratégica específica puede utilizarse en uno de estos medios. Considere las características únicas que son parte de estos ambientes y que pueden influir en la experiencia de enseñanza o aprendizaje de una manera positiva
- Basado en las actividades de uno de los módulos de este Curriculum, o en su propio trabajo, explique las formas en las cuales el Curriculum AMI provee las oportunidades para una instrucción y aprendizaje diferenciado (es decir: aprendizaje cinestético, aprendizaje visual, aprendizaje auditivo, etc.)

UNIDAD 3: MANEJANDO EL CAMBIO PARA FOMENTAR UN MEDIO AMBIENTE PROPICIO PARA LAS ESCUELAS AMI

TEMAS CLAVES

- Los medios de comunicación mundiales y el impulso de la alfabetización informacional: una visión general de las acciones en el mundo, desarrollo de políticas, etc.
- El medio ambiente propicio que se requiere para adoptar AMI en las escuelas/colegios
- Retos que hay que enfrentar al integrar AMI en las escuelas/colegios y el diseño de estrategias para sobrepasar estos retos

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- Identificar y describir las iniciativas AMI que se están implementado local y globalmente.
- Promover la alfabetización mediática e informacional dentro de los diferentes grupos de actores
- Describir los TEMAS CLAVES que se deben tomar en cuenta cuando se planifica la integración de AMI en las escuelas/colegios

ENFOQUES PEDAGÓGICOS

- Utilizar los motores de búsqueda y otros recursos, llevar a cabo una investigación de programas, proyectos o iniciativas en la alfabetización mediática e informacional que existen al momento en los institutos para la educación de profesores. Tome en cuenta los ejemplos locales e internacionales. Elija uno de estos ejemplos e identifique las áreas claves que se van a tratar. ¿En qué forma este programa se diferencia del Curriculum que se incluyó en AMI? ¿De qué forma este programa aún se puede utilizar como un recurso para los profesores que están interesados en AMI?
- Realice una investigación de asociaciones y organizaciones que apoyan los objetivos de AMI. ¿Qué información y recursos (humanos y materiales) ofrecen estos programas a los profesores?
- Para garantizar el éxito de los cursos y programas de AMI, muchos expertos han desarrollado un conjunto de recomendaciones. Varias de estas recomendaciones se enumeran a continuación. Explique cómo se puede aplicar esta lista dentro de su situación particular. Identifique cualquier recomendación adicional que usted haría para garantizar el éxito de AMI en su departamento o institución

Recomendaciones sugeridas:

- Identificar el contexto
- Identificar los principales participantes y partidarios a nivel de programa y de políticas
- Desarrolle un plan estratégico para la implementación/integración, etc.
- Desarrolle un plan para promover AMI
- Identifique las agencias/asociaciones que prestan apoyo
- Identifique los recursos disponibles y los que se requieren
- Desarrollo de herramientas de evaluación para los cursos y los programas AMI

¿Cambiaría esta lista si uno toma en cuenta los criterios de un programa exitoso para los estudiantes? Identifique aquí cualquier consideración adicional.

- ¿Tomando en cuenta las necesidades de su propia comunidad educativa, ¿de qué manera se podría integrar AMI a los programas existentes para profesores, o desarrollarse como un programa en sí?¿ Cuáles son las ventajas y desventajas de cada uno? Cite módulos específicos como ejemplos
- Desarrolle un plan para promover AMI entre los hacedores de políticas, directores de programas y profesores de su institución. ¿Cuáles son las principales prioridades o necesidades para cada grupo? Explique cómo este Curriculum AMI puede ayudar a enfrentar aquellas necesidades. Identifique otros grupos de actores a quienes se podría incluir. ¿Qué papel jugarían ellos en la promoción de AMI?

RECURSOS PARA ESTE MÓDULO

- University Library Service. 2009. Handbook for Information Literacy Teaching, third revision
- Paris, UNESCO. 2003. Media Education in the Pacific: A Guide for Secondary School Teachers
- Teaching information literacy through learning styles: The application of Gardner's multiple intelligences. Intan Azura Mokhtar, Wee Kim Wee, School of Communication and Information (WKWSCI) at Nanyang Technological University (NTU), Singapore, 2008
- Big6. 2010.Teaching Information Literacy Through Literature, Big6 eNewsletter 11.1, 4. www.big6.com

MÓDULO 10: AUDIENCIA

ﬁ DURACIÓN: 8 horas

ANTECEDENTES Y FUNDAMENTO

Todos tenemos experiencia como audiencia de los medios. Tanto niños como adultos pasan una gran cantidad de su tiempo interactuando con los medios y con actividades de comunicación. Un supuesto común ha sido que la audiencia es un grupo homogéneo de individuos pasivos que van a interpretar el texto de la misma manera. De una forma más precisa, existen dos maneras para estudiar las audiencias de los medios. La primera es como consumidores de los productos mediáticos, o lo que la industria de los medios y comunicaciones ha descrito como "audiencias seleccionadas". La segunda se basa en la teoría de la recepción, donde las audiencias se ven como participantes activos en la lectura y en la interpretación de los medios y los textos de información.

Las audiencias escogidas son los grupos de lectores, espectadores u oyentes que se definen por características específicas como edad, ingresos, género o intereses. Este es un grupo específico para el cual los medios y otras organizaciones desarrollan el contenido y dan forma a los mensajes. Por ejemplo, los anunciantes están pendientes de comprar el tiempo o espacio que les dará acceso a un grupo demográfico específico y a una audiencia seleccionada. En la industria de la televisión, por ejemplo, los anunciantes compran unidades de tiempo de una cadena durante un programa particular, si es que el programa atrae a la audiencia que ellos esperan llegar.

A pesar de que seamos vistos como la audiencia seleccionada por los medios, cada vez que vemos o escuchamos un texto mediático, nuestra respuesta se basa en nuestro conocimiento social individual y en las experiencias que traemos al texto. Cuando recibimos los mensajes o la información de los medios, lo interpretamos a través de nuestra ideología personal y de nuestros valores.

Sin embargo, también es muy posible, que en realidad negociemos el significado que tomamos de un texto, aceptando algunos elementos y rechazando otros. Cómo el significado se construye con las imágenes o fotografías (a través de los ángulos de las cámaras, tipos de tomas, edición, etc.) también afecta a las interpretaciones de la audiencia de diferente forma.

Los investigadores han descubierto que los lectores de revistas pasan menos de 2 segundos mirando la página. En la televisión, un "spot" publicitario típico dura sólo de 15 a 30 segundos, y muchos televidentes "ojean" a través de las pausas comerciales, o "navegan" en Internet, quedándose en un solo "lugar" solo unos pocos segundos. Para poder conectar rápidamente con los consumidores de hoy en día, los productores de textos mediáticos a menudo crean un fuerte recurso emocional basado en la investigación realizada sobre demografía social o "psicografía", que es el análisis de las actitudes sobre las personas, de sus creencias, deseos y necesidades. A pesar de que un equipo de creativos no puede predecir cómo cada individuo va a reaccionar ante los medios, su investigación les dará una buena idea de cómo los grandes grupos de la población van a reaccionar.



Módulos Opcionales



¿Por qué estudiamos las audiencias mediáticas? El estudio de la audiencia nos ayuda a explicar cómo las diferentes personas ven los temas importantes, de acuerdo a su género, edad o grupo social. También nos permite comprender la relación entre el productor y la audiencia del texto y cómo los productores tratan de influir en las audiencias para que lean su material de una forma determinada. Nos ayuda a entender cómo los jóvenes dan sentido a los textos mediáticos en sus vidas fuera del aula de clases. En esta era de la información, el estudio de la audiencia también nos puede ayudar a determinar cómo podemos crear nuestros textos mediáticos y comunicarnos con nuestras audiencias de una manera más eficaz.

Este módulo explorará diferentes preguntas: ¿Cómo el antecedente de un productor/autor influye en el entendimiento del individuo sobre un texto mediático? ¿Cómo la construcción de un texto guía el proceso de la interpretación? ¿Cómo el individuo negocia el significado en un texto mediático? ¿Cómo las audiencias utilizan los medios en sus vidas diarias?

TEMAS CLAVES

- Audiencia e investigación de mercado
- Identificación de las audiencias seleccionadas
- Cómo las audiencias negocian el significado

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- Explorar la noción de audiencia – tanto seleccionada como activa
- Identificar las razones para las interpretaciones de los textos mediáticos
- Analizar cómo se identifican y se escogen a las audiencias
- Explicar cómo las audiencias seleccionan el medio que consumen y con el que interactúan
- Analizar cómo las audiencias responden a los textos mediáticos y explicar los factores determinantes

- Examinar la relación entre producción, mensaje y audiencia

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

Recolecte y describa ejemplos de cómo las personas utilizan los medios de masas en sus vidas diarias. Tome en cuenta el uso de los medios de información, entretenimiento, monitoreo, compañía, e identificación. Encuentre algún material en los sitios de Internet sobre programas populares de televisión o música. ¿Qué le dicen estas fuentes sobre cómo las audiencias usan y disfrutan estos medios? ¿De qué manera estos usos podrían ser diferentes a lo que los productores esperaban?

- Imagínese cómo una familia con un pasado totalmente diferente o un período de tiempo distinto podría interpretar algunos de los programas actuales de televisión o anuncios. ¿Qué dirían ellos sobre las audiencias de los medios hoy en día?
- Usando el Internet, investigue la respuesta de las audiencias a los programas populares de televisión en una variedad de países. ¿Cómo las diferentes audiencias de estos programas, "leen" o interpretan a los personajes principales?
- Analice los mensajes y los valores que se transmiten a través de un texto mediático popular como un programa de televisión. ¿Cómo los mensajes podrían cambiar si incluyeran personas de diferentes grupos sociales (por Ej. edad, origen étnico), o si los personajes femeninos y masculinos cambiaran de papeles? ¿Cómo podría impactar esto en la audiencia?
- Utilizando Internet, investigue acerca de las actuales estrategias que los anunciantes utilizan para entender y seleccionar las audiencias, temas como psicografías o demografía social. Describa el enfoque, identifique las categorías, y analice los supuestos que se han hecho sobre las audiencias en la actualidad
- Investigue los periódicos y revistas para recolectar un número de anuncios que usted crea que llamarán la atención de las personas en cada una de estas categorías

  o:

  Escoja un producto y cree un bosquejo para un anuncio que podría llamar la atención de cada una de las categorías de audiencias que está investigando. Tome en cuenta las palabras claves y las imágenes que usted utilizaría para cada una
- Haga dos lecturas opuestas de un texto mediático popular, como una película, un programa de televisión o un artículo de periódico. Determine las características de la audiencia o antecedentes que podrían contribuir a cada lectura crítica. ¿Cómo esto explica la variedad de respuestas que los textos mediáticos populares pueden recibir de las audiencias?
- Escanee una serie de periódicos o utilice Internet para evaluar los títulos de las películas actuales. Basado en los títulos y en los anuncios para estas películas, ¿qué es lo que usted espera ver en cada película? ¿Cuál cree usted que es la audiencia seleccionada para cada una de estas películas?
- Actualmente, en los cines, la audiencia mira anuncios antes de que inicie la película. ¿Tomando las películas del ejercicio anterior, qué tipo de anuncios antes de la película esperaría usted que pasen a las audiencias?
- Utilizando fotos o imágenes de video, cree un collage de imágenes que usted utilizará para vender su escuela/colegio a una audiencia en especial. Tome en cuenta el uso apropiado de íconos, símbolos, lenguaje visual y verbal, música, colores, tomas y ángulos de cámara, etc. para cautivar y hablar a esta audiencia. Las audiencias para este collage podrían ser potenciales estudiantes que podrían inscribirse en la escuela/colegio, los padres de estos estudiantes, los administradores de la escuela/colegio, un político, etc

- Examine el material promocional que está disponible para las universidades en su región. Si este material se les enseña a los estudiantes, ¿cómo se ven? ¿Qué están haciendo? ¿Qué imagen de la escuela/colegio se presenta a través de este material? ¿Qué impresión dan de la escuela/colegio que representan? ¿Son estudiantes verdaderos o sólo modelos? ¿Si los estudiantes no aparecen, qué imágenes se han escogido y qué dicen acerca de la institución? Basado en su análisis del material, ¿cuál es la audiencia seleccionada? ¿Cuál es el mensaje que se transmite?
- Existen muchas marcas independientes, películas, programas de televisión y revistas alternativas fuera de las grandes corporaciones mediáticas. Examine algunos de estos productos mediáticos para descubrir qué valor – social, artístico o comercial – tienen para ofrecer a las audiencias. ¿Cómo estos productores o creadores pagan y mercadean sus productos?
- Investigue sobre el trabajo realizado por Blumer y Kats (1974), quien dijo que las audiencias podrían escoger y utilizar un texto mediático por una o varias de las siguientes razones:
  - Diversión: un escape de la vida diaria
  - Relaciones personales: el verse a usted conectado con un personaje de televisión o de la "familia"
  - Identidad personal: ser capaz de identificarse con y aprender de un comportamiento, actitud o valores que se reflejan en los textos mediáticos
  - Supervisión: utilizar los medios y los textos de información para aprender acerca de lo que sucede en nuestro mundo de alrededor, y para obtener información que puede ser útil para nuestra vida diaria (por Ej. Predicciones climáticas, noticias, resultados de elecciones, etc.)

- Identifique ejemplos específicos en su vida o en las vidas de los estudiantes que ilustren estas razones para el uso de los textos mediáticos y de información

RECOMENDACIONES DE EVALUACIÓN

- Desarrolle un bosquejo para una campaña de anuncios
- Lecturas preferidas y de oposición de los textos de AMI
- Collage de imágenes de la escuela/colegio
- Análisis textual
- Investigación en Internet

RECURSOS PARA ESTE MÓDULO

Los recursos para este módulo se han tomado de América del Norte y están aquí solo por propósitos ilustrativos. Se pueden encontrar recursos más relevantes por medio de los capacitadores, que puedan tomar en cuenta a sus propios países o su región

- Advertising Age – www.adage.com
  Una publicación de la industria, con costos de publicidad, informes sobre estrategias, investigación sobre audiencias seleccionadas, etc.

- The Persuaders – Frontline – www.pbs.org
  Este programa explora cómo las estrategias del mercadeo y la publicidad influyen no sólo en lo que las personas compran, sino también en cómo se ven a sí mismas y al mundo que les rodea. Este documental de 90 minutos habla sobre una amplia gama de expertos y observadores del mundo de la publicidad/mercadeo. Se puede ver toda la presentación en línea en el sitio web de PBS en sus seis extractos.
- The Merchants of Cool – Frontline – www.pbs.org
  Este programa explora el mundo de la investigación de mercado en relación a los jóvenes, el trabajo de los cazadores "cool" (relajado, en onda) y la venta de lo "cool".
- The Internet Movie Data Base – www.imdb.com
  El sitio más completo para hacer una investigación de películas y televisión de los países industrializados. Hay una gran riqueza de información sobre títulos individuales – críticas, actores, directores, géneros, mercadeo e investigación de audiencia, etc.

MÓDULO 11: MEDIOS, TECNOLOGÍA Y EL MUNDO GLOBAL (GLOBAL VILLAGE)

ANTECEDENTES Y FUNDAMENTO

El tema de la propiedad y el control de los medios de comunicación es crucial ya que esto define el contenido de los medios y los procesos. A pesar de que los periodistas promueven la democracia en el ejercicio de la libertad de expresión y la libertad de prensa, esta libertad e independencia de los periodistas, de acuerdo a algunos críticos, de alguna manera recibe el impacto de los asuntos financieros y políticos de los dueños de los medios o sus empleados – en algunos casos puede ser bastante sutil y en otros suele ser bastante obvio. Dicho control, incluyendo su patrón y estructura, básicamente está formado por las realidades generalizadas (y geopolíticas) y la potencial concentración de la propiedad. Es por esto que tanto la independencia editorial y el pluralismo de los medios a nivel local y global es importante. Debido a la creciente complejidad geográfica de los medios, los flujos de medios no sólo van ahora del Norte al Sur sino que también van de Sur-Norte y de Sur-Sur. Algunos medios influyentes regionales están cambiando la configuración del sistema internacional de medios.

En la mayoría de países alrededor del mundo, las organizaciones de medios masivos son compañías comerciales privadas. Otras tienen propietarios privados pero no comerciales, como aquellas que están operadas por las organizaciones no gubernamentales, mientras que otras son de propiedad del gobierno y están controladas por este. En el campo de la difusión, el modelo de servicio público de difusión provee una alternativa tanto para los medios comerciales como para los de propiedad del gobierno. Un desarrollo que se ha vuelto positivo es la creciente popularidad de los medios que pertenecen a las comunidades, lo que involucra a los residentes locales en el desarrollo del contenido y da voz a los sectores marginados de la sociedad.

Los avances tecnológicos en la economía mundial de mercado han promovido el crecimiento de las compañías globales de medios, a los cuales se denomina como conglomerados transnacionales de medios. Su poder e influencia se extiende más allá de las barreras geográficas, económicas y políticas. Las compañías globales de medios incluyen a aquellas que operan a nivel regional. La convergencia, a pesar de las regulaciones anti-monopolio, también ha facilitado estas fusiones y adquisiciones de los medios a nivel nacional y mundial. Muchas de las organizaciones de medios de masas están estableciendo alianzas con compañías y haciendo negocios en telecomunicaciones, aplicaciones de red y entretenimiento (películas y video juegos), etc. Las nuevas compañías creadas por estas coaliciones se han vuelto más poderosas a medida que sus mensajes, imágenes y voces pueden ahora ser transmitidas globalmente y alcanzar incluso los lugares más remotos a través de diversas plataformas – impresos, difusión y digital.

El nacimiento de estos medios globales presenta tanto retos como oportunidades. Algunos académicos de la comunicación nos han advertido de las amenazas de la homogeneidad cultural, pero las mismas herramientas de medios también ofrecen oportunidades para la diversidad cultural y el pluralismo (es decir, producir, compartir, e intercambiar el contenido de los medios



locales). Los medios globales también tienen la capacidad y los recursos de establecer estándares más altos de profesionalismo. Como resultado, muchos de los medios locales se ven forzados a ser más competitivos y mejorar la calidad de su programación. Más aún, los temas de desarrollo que tienen un impacto a nivel mundial, como el cambio climático, las pandemias o las amenazas a la biodiversidad, pueden ser comunicadas de una manera eficaz a través de los medios globales. También se reconoce que muchas de las historias que se esconden de las audiencias locales y nacionales debido a restricciones político-económicas, sin embargo se revelan a la audiencia del mundo a través de los medios globales independientes.

También está cambiando el impacto de las industrias mediáticas en el ambiente político. Con las nuevas tecnologías mediáticas, ahora existe un mayor flujo bi-direccional de información dentro y fuera de las fronteras nacionales, así como plataformas más amplias para el discurso público. Todo esto ha cultivado la tolerancia y el entendimiento. El tema clave aquí es ¿Cómo los medios pueden ayudar a promover un rango de opciones más amplio, con más capacidad de selección y libertad?

El sistema de medios comerciales actual requiere atención especial ya que la publicidad sigue siendo la principal fuente de ingresos. ¿Cómo pueden las organizaciones mediáticas mantener su independencia y la confianza del público, y al mismo tiempo permanecer viables (rentables) y sostenibles (en términos de operaciones)? Se debería tomar en cuenta el impacto de sobredimensionar cualquiera de los dos factores.

Esté módulo termina con una nota de optimismo, con una discusión sobre los medios alternativos, especialmente aquellos en pequeñas comunidades, que operan en el panorama de los medios globales. También se habla sobre el número creciente de canales mediáticos, ya que estos ofrecen alternativas a la dominación de unos pocos, incluyendo sitios de noticias en red. Los medios comunitarios se pueden instalar en las escuelas/colegios, comunidades, lugares de trabajo, etc. y son una alternativa para los medios más grandes. Estos canales de medios "pequeños" promueven el derecho a la información y ofrecen a las personas locales una voz propia.

UNIDAD 1: PROPIEDAD DE LOS MEDIOS EN EL MUNDO GLOBAL ACTUAL

- DURACIÓN: 2 horas

TEMAS CLAVES

- La economía global, el comercio electrónico y la propiedad de los medios
- Patrones de comunicación, propiedad de los medios y control
- Medios privados (comerciales), medios controlados o de propiedad del gobierno, y organizaciones de medios públicos, por Ej. sistemas de difusión pública
- Medios comunitarios
- Convergencia de tecnologías (medios de masas, telecomunicaciones y computadoras) y el nacimiento de los conglomerados mediáticos
- Pluralismo y concentración (por Ej. cadenas de medios y propiedad cruzada (cross ownership)
- Adquisiciones, fusiones, sociedades conjuntas (joint ventures) y consorcios
- Transnacionalización (corporaciones mediáticas globales)
- Protocolos internacionales y nacionales sobre la propiedad de los medios
- Leyes anti-monopolio
- Limitaciones a la propiedad en el extranjero
- Otras políticas regulatorias y mecanismos
- Propiedad de los medios, desarrollo del contenido y programación
- Contenido extranjero vs. contenido local
- Externalización de servicios, deslocalización y aprovisionamiento local (home sourcing)
- Tensiones entre la independencia editorial y los intereses de los propietarios

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- Describir los diferentes patrones de propiedad de los medios y su control
- Examinar el funcionamiento de la economía global, y el nacimiento de las nuevas tecnologías, y cómo estas afectan a las estructuras y a los patrones de la propiedad de los medios.
- Evaluar cómo la propiedad de los medios y el control afecta a las políticas de medios, a los procesos, a los contenidos y a la transmisión.
- Demostrar como la convergencia de los medios facilita nuevos enfoques de contenido (editorial) y de desarrollo (externalización de servicios, deslocalización y aprovisionamiento local)
- Comprender cómo las convenciones internacionales existentes y las leyes/políticas nacionales dan forma o regulan la estructura de la propiedad de medios

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

El monopolio de los medios, así como el control del estado, puede representar una gran amenaza para la diversidad y el pluralismo de los medios, y por tanto para la libertad de expresión. La regulación de la competencia es una parte importante para restringir los monopolios como también lo es el profesionalismo y la independencia periodística. La diversidad de puntos de vista también se alimenta a través de una variedad de formas de propiedad (público, privado y sin fines de lucro), así como por la disponibilidad de diferentes tipos de medios (impresos, radio, televisión, Internet, etc.)

Para dialogar: es esencial tener la diseminación más amplia posible de información que provenga de fuentes diversas y antagónicas para el bienestar de las personas. Mientras que los diferentes propietarios de periódicos y aquellos que hacen transmisiones generalmente critican los contenidos de los otros, la concentración de los medios bajo un propietario común puede prevenir cualquier tipo de crítica mutua y dar como resultado la auto-promoción.

ESTUDIOS DE CASO

Utilice historias que se han publicado acerca de cómo los intereses políticos y económicos de los propietarios de medios han influido en la cobertura de noticias de temas específicos. (Refiérase al módulo 2, unidades 2 y 3, para ver el antecedente de los valores en las noticias y el proceso de desarrollo de las noticias). Deben identificar los factores que determinan el grado de influencia o de control.

ANÁLISIS CONTEXTUAL

Identifique un tema nacional que haya sido cubierto de manera extensa por las principales estaciones de televisión (de propiedad privada, de propiedad del gobierno y de propiedad pública) y compare y contraste los ángulos (es decir; puntos de vista particulares o perspectivas) y el tratamiento (es decir: reporte o manipulación) de las noticias. Refiérase al módulo 2, unidades

2 y 3, para ver los antecedentes de los valores en las noticias y en el proceso de desarrollo de las noticias).

Revise las políticas editoriales de las publicaciones de la escuela/colegio en los diferentes ambientes (sectario vs. no sectario, privado vs. propiedad de gobierno, y estado vs. escuelas/colegios locales) y descubra como la propiedad afecta al manejo de las publicaciones, al contenido editorial, etc.

Revise la cobertura de CNN y Al Jazeera sobre un tema en especial, en un día en especial y compare y contraste los ángulos y el tratamiento de las noticias

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Lleve a cabo un estudio de investigación sobre los propietarios registrados en las principales organizaciones mediáticas (según lo reflejado en una agencia de gobierno relevante) e investigue los vínculos con otros negocios e intereses políticos, si los hubiera. Se puede ilustrar los resultados en un gráfico.

RECOMENDACIONES DE EVALUACIÓN

- Investigar el papel de la propiedad de los medios y el control
- Participación en estudios de caso
- Ideas escritas basadas en ejercicios de análisis contextual

TEMAS A CONSIDERAR EN EL FUTURO

Surgimiento de industrias creativas relacionadas con los medios:

- Desarrollo de juegos (software interactivo de entretenimiento)
- Publicación electrónica
- Películas, video y fotografía
- Software y servicios de computación
- Otros

UNIDAD 2: DIMENSIONES SOCIO-CULTURALES Y POLÍTICAS DE LOS MEDIOS GLOBALIZADOS

- DURACIÓN: 3 horas

TEMAS CLAVES

- Dimensiones socio-culturales de los medios globales
  - Los medios y la cultura popular
  - Estereotipos culturales, prejuicios y sesgos
  - Amenaza que se percibe por la homogenización de la cultura
  - Promesa de una diversidad cultural y un pluralismo
  - Medios y tolerancia cultural, entendimiento y ciudadanía global
- Impacto político de los medios
  - Proporcionar mecanismos para un flujo de dos vías de la información (por Ej. norte-sur, sur-sur)
  - Los medios como una plataforma para ampliar la esfera pública (discurso democrático)
  - Los medios como un mecanismo para la movilización política y social
  - El poder de los medios para dar forma a la opinión pública y a la agenda pública
  - Promover el buen gobierno a través de la transparencia y de la rendición de cuentas
- Los medios y las comunidades de migrantes
- Cómo los medios globales y la convergencia tecnológica abordan las necesidades de las comunidades de migrantes
- Estudios de caso de los canales de medios de la diáspora/ comunidades de migrantes

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- Explicar e ilustrar cómo los medios influyen o definen la cultura popular
- Explicar la dinámica de lo que se ve como contra-procesos de homogeneidad cultural y localización
- Analice cómo los medios pueden ensanchar o limitar la esfera pública, democratizar el acceso y promover la participación política
- Hable cómo los medios globales (por Ej. la televisión por satélite o cable, Internet) pueden abordar temas de información que las comunidades de migrantes necesitan

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

ANÁLISIS DE TEXTOS DE VARIOS TIPOS DE MEDIOS

Hable acerca de cómo los medios influyen o definen la cultura popular. Examine si los medios están fomentando una mayor homogenización o diversidad en la nueva cultura del entretenimiento.

Lleve a cabo un análisis de texto de una canción popular de uno de los iconos populares de occidente o artistas pop. Identifique los valores culturales que se encuentran en las letras de las canciones y critique si esos valores son apropiados o deseables para en medio local.

Vea un documental o una película que se enfoque en un grupo particular religioso, cultural o étnico. Identifique las imágenes o las palabras que se usan en estos diálogos y que crean o refuerzan las imágenes estereotipadas de grupo. Identifique los elementos que reflejan sesgos o prejuicios

ANÁLISIS CONTEXTUAL

Realice una encuesta aleatoria entre los estudiantes de escuela primaria acerca de sus héroes contemporáneos o ídolos, y las razones para haberlos elegido. Después de cotejar los resultados de la encuesta, analice los resultados en términos de:

(a) Cuántos son extranjeros y cuántos son locales

(b) Las posibles razones para haberlos elegido (por Ej. exposición de los estudiantes a estos héroes o ídolos a través de los medios)

(c) Valores ejemplificados por estos héroes o ídolos seleccionados de los varios medios

Lea acerca de varios temas de una publicación o vea programas mediáticos destinados a los trabajadores migrantes en la comunidad. Identifique los tópicos comunes o temas que se discuten en la publicación. Determine si los temas relacionados con el país adoptado o el país anfitrión y su país de origen están representados adecuadamente.

ESTUDIOS DE CASO

Visite un sito en la red, u otro sitio en línea como un blog, una red social o un video de una organización internacional de defensoría (por Ej. WWF, Plan Internacional, etc.) que haya subido a la red un asunto dedicado a los temas trans-fronterizos, como el medio ambiente o el desarrollo sostenible, los derechos humanos, etc. Examine cómo se crea el diálogo y la construcción de consenso entre los ciudadanos del mundo y cómo se promueve a través de características interactivas.

ENFOQUE TEMA-INDAGACIÓN / INVESTIGACIÓN

Los profesores entrevistan a miembros de una comunidad de migrantes acerca de los siguientes temas:

(a) Los medios de masas que utilizan para mantenerse al corriente de las noticias y de los eventos de actualidad en su país de origen

(b) Percepciones de cómo los medios internacionales informan sobre su país de origen y los temas socio-políticos y eventos en términos de exactitud, coherencia, integridad, etc.

(c) Impacto psico-social para mantener el acceso a las noticias e información del país de origen

RECOMENDACIONES DE EVALUACIÓN

- Informe de investigación
- Trabajos escritos sobre los resultados de los ejercicios de análisis de texto/contexto y los estudios de caso
- Participación en discusiones de clase u otras actividades de aprendizaje en grupo

TEMAS A CONSIDERAR EN EL FUTURO

- Temas de género, raciales o étnicos en la cobertura de los medios principales, alternativos y nuevos
- Sexo y violencia en los medios y en la sociedad
- Privacidad y una "sociedad que lo dice todo"
- El debilitamiento de los estados-nación y el surgimiento de las "supranacionales" (nuevos soberanos globales como el Banco Mundial y la OMC)

UNIDAD 3: LA INFORMACIÓN COMO UN PRODUCTO (COMMODITY)

DURACIÓN: 2.5 hours

TEMAS CLAVES

- La información como un producto social (público) y un commodity
  - La publicidad como el alma de los medios comerciales
  - Calificaciones y datos de circulación como medidores de los productos mediáticos y servicios

  - La amenaza de una cultura consumista (necesidades de la audiencia vs. lo que quieren y desean)
- Estrategias y enfoques en una información de commodities
- Derechos de propiedad intelectual y la información del dominio público
  - Derechos de propiedad intelectual y otros derechos de los propietarios de la información
  - Información de dominio público
  - Software libre y abierto (y Bienes Creativos Comunes[7])

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- Definir lo que son los productos de la información
- Reconocer las distintas estrategias y enfoques de la información como un producto
- Explique cómo los medios alimentan a una cultura del consumismo, o más específicamente, cómo los mensajes de los medios crean necesidades y deseos de ideas comerciales, productos y servicios
- Distinguir entre los derechos de propiedad de la información y de la información de dominio público, y evaluar el uso de la información de dominio público para promover el acceso universal a la información y para servir al bien común

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

ANALISIS DE CONTEXTO

Durante por lo menos dos o tres días, revise los temas que se han cubierto en la sección de negocios de los principales periódicos o canales de noticias. En una base diaria, cuente el número de artículos sobre las corporaciones privadas vis-a-vis el número total de artículos de la sección. Los artículos también pueden ser clasificados como "buenas" noticias, "malas" noticias o "neutrales" de acuerdo a las corporaciones

ENFOQUE TEMA-INDAGACIÓN / INVESTIGACIÓN

Los profesores entrevistan por lo menos a diez niños de escuela primaria y les preguntan por qué prefieren una marca particular de un producto en especial. Los profesores compilan las respuestas de los niños y comparan las principales respuestas con las propagandas de los productos preferidos.

7 http://creativecommons.org

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN SOBRE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL(DPI)

Los profesores exploran las diversas dimensiones de los derechos de propiedad intelectual y sus implicaciones en el acceso universal a la información. El trabajo deberá cubrir los antecedentes históricos de los DPI, las ventajas y desventajas de los DPI, los casos específicos de los problemas que emergen de los DPI, temas de los países en vías de desarrollo en contra de los DPI, etc.

REFLEXIÓN

Los profesores obtienen la última copia de los datos auditados de un periódico de circulación o de las calificaciones de las estaciones de televisión nacional. Los aprendices luego reflexionan sobre el contenido editorial o el estilo de programación del periódico de mayor circulación o de la estación de televisión con mayor calificación y escriben un ensayo sobre lo que han aprendido en este ejercicio.

RECOMENDACIONES DE EVALUACIÓN

- Trabajos escritos sobre los resultados de los ejercicios de análisis textual/de contexto y de la investigación
- Estudios de caso/ trabajo de investigación
- Participación en las discusiones de clase y otras actividades de aprendizaje en grupo

TEMAS A CONSIDERAR EN EL FUTURO

- La sociedad de la información/conocimiento
- La división digital/conocimiento
- Temas de acceso universal a la información: DPI e información de domino público

UNIDAD 4: EL NACIMIENTO DE MEDIOS ALTERNATIVOS

- DURACIÓN: 2.5 hours

TEMAS CLAVES

- Medios alternativos: por qué han surgido
  - Credibilidad pública de los principales medios
  - Aparición de la tecnología de la información y las la comunicación
  - Cambios en los hábitos mediáticos y las preferencias del consumidor
- Definición de medios alternativos (en contraste con los medios principales)
- Propiedad y control de los medios alternativos (es decir; democratizar la propiedad y el control)
- Audiencias de los medios alternativos: distintos sectores (mujeres, jóvenes, niños, obreros/trabajadores, etc.) grupos marginados (comunidades culturales, migrantes, etc.)
- Contenido de los medios alternativos (por Ej. perspectivas de la comunidad, enfoque de participación e interactividad)
- El papel de los medios alternativos en la sociedad (por Ej. transparencia, diversidad y libertad de expresión)
- Planificación, administración y mantenimiento de un medio alternativo en distintos escenarios
  - Medios alternativos en un ambiente de escuela/colegio
  - Medios alternativos en una comunidad
  - Modelos de ingresos para los medios alternativos.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- Definir los medios alternativos – sus fundamentos, características y aplicaciones
- Analizar los ejemplos de medios alternativos utilizando varios formatos – impresión, transmisión y electrónicos – qué está de por medio y qué distingue a los medios alternativos de los principales medios
- Evalúe el impacto de los medios alternativos sobre comunidades específicas (incluyendo comunidades virtuales), especialmente en relación a la cobertura de los temas y las preocupaciones de las audiencias marginadas y el darles una voz
- Planifique la creación de un medio alternativo para una comunidad o en el contexto de una escuela/colegio

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

ESTUDIOS DE CASO

Los profesores leen estudios de caso de importantes medios alternativos (algunos están disponibles en línea) y enumeran las mejores prácticas de planificación y manejo de medios alternativos, especialmente en las siguientes áreas:

- Planificación de temas (es decir: identificar las ideas de las historias)
- Generar y obtener datos
- Procesamiento/organización de datos/información
- Involucrar a los actores (audiencias) en el proceso editorial
- Administrar operaciones (editorial y negocios)
- Expandir y retener a las audiencias
- Generación de ingresos

Los aprendices pueden utilizar las siguientes características como una lista de comprobación de los indicadores de mejores prácticas:

- Innovador
- Creativo
- Indígena u Originario
- Eficaz
- Eficiente
- Participativo

ESTUDIO- VISITA A UN MEDIO ALTERNATIVO. INMERSIÓN EN LA ORGANIZACIÓN/COMUNIDAD

Los aprendices realizan un viaje de campo a una organización de un medio alternativo; entrevistan a los editores, administradores del medio y periodistas; y observan las políticas y prácticas editoriales y administrativas en comparación con las principales empresas de medios. El informe debe incluir cómo la organización alternativa de medios:

- Selecciona sus historias
- Selecciona las fuentes de información
- Selecciona los ángulos (es decir: la promoción de un punto de vista específico) y el tratamiento (es decir; reporte o manipulación) de las historias
- Genera la retroalimentación de la audiencia
- Genera ingresos
- Mide el éxito en términos de calificación y circulación

PRODUCTION DE MEDIOS

Los profesores visitan una comunidad marginada y entrevistan a los líderes y miembros para determinarsusnecesidadesdeinformaciónysusrequerimientos.ElequipoproduceysubeaYouTube unvideoounpodcast.Luegopuedenañadirmúsicayotroselementosparaobtenerunmejorimpacto.

RECOMENDACIONES DE EVALUACIÓN

- Estudios de caso
- Producción de medios alternativos
- Informe escrito sobre el viaje de campo realizado a una organización de un medio alternativo
- Participación en discusiones de clase y otras actividades de aprendizaje de grupo

TEMAS A CONSIDERAR EN EL FUTURO

- Reporteros comunitarios y transmisión comunitaria
- Reportajes sensibles a los conflictos/ periodismo de paz

RECURSOS PARA ESTE MÓDULO

- Birdsall, W. F. (N.D.), The Internet and the Ideology of Information Technology. (Accesso 2 september 2009.) http://www.isoc.org/inet96/proceedings/e3/e3_2.htm
- Fidler, R. 1997. Media Morphosis: Understanding New Media. California. Pine Forge Press.
- Green, L. 2002. Communication, Technology, and Society. London, Sage Publications;
- Habermas, J. 1989. The Structural Transformation of the Public Sphere, trans. Thomas MacCarthy. Cambridge, Polity Press.
- Habermas, J. 1994. Citizenship and National Identity. Steenbergen, B.V. (Ed.). The Condition of Citizenship. London, Sage Publications.
- Littlejohn, S. W. and Foss, K.A., 2008. Theories of Human Communication (9th ed). Belmont, California; Thomson Wadsworth.
- Marris, P. and Thornham S. (Eds.). 2002. Media Studies: A Reader (2nd ed.). New York, New York University Press.
- Pavlik, J. V. 1998. New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives (2nd ed.). Boston, MA; Allyn and Bacon.
- Servaes, J. 2003. Approaches to Development. Studies on Communication for Development. Paris, Sector de la Comunicación e Información– UNESCO.
- Stevenson, N. 1995. Understanding Media Cultures: Social Theory and Mass Communication. London, Sage Publications.
- Sussman, G. and Lent, J. (Eds.). 1991. Transnational Communications Wiring the Third World. Newbury Park, California; Sage Publications.

MÓDULO 3, UNIDAD 5: EDICIÓN DIGITAL Y RETOQUE EN COMPUTADORA

- DURACIÓN: 2 horas

TEMAS CLAVES

- Identificación y uso de la tecnología y software para manipular los videos e imágenes fijas
- Ejemplos del uso de esta tecnología en los mundos de la moda y reportes de noticias
- Beneficios y responsabilidades del uso de esta tecnología
- El impacto de esta tecnología en la credibilidad del fotoperiodismo. Sobre la habilidad del individuo para tener acceso a una información auténtica

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- Analizar las imágenes manipuladas y los mensajes y valores que se transmiten
- Examinar el uso de la tecnología de manipulación de imágenes en el fotoperiodismo y la fotografía de moda
- Usar el software para la manipulación de imágenes
- Identificar las imágenes manipuladas y evaluar su impacto en las audiencias
- Analizar los aspectos éticos de la manipulación de imágenes

ENFOQUES PEDAGÓGICOS

- Comentar acerca de las afirmaciones y citas a continuación: Hable sobre las implicaciones de estas afirmaciones en relación a la alfabetización mediática e informacional
    - "Las computadoras han hecho que el retoque y la total re-creación de las fotos sea tan rápida y eficiente que ahora los técnicos en fotografía se han juntado con los ingenieros de video y grabación en la fraternidad de manipuladores modernos, cada uno capaz de ensamblar pedazos de la realidad para lograr cualquier efecto." (Marshall Blonsky)
    - "Para el final de la década, miraremos hacia atrás, a 1992 y nos preguntaremos cómo un video de un policía golpeando a un ciudadano pudo haber causado una revuelta en Los Ángeles. La época de la inocencia de las videograbadoras se evaporará a medida que los adolescentes manipulen rutinariamente las imágenes más prosaicas a ficciones vividas y convincentes. Los robos inteligentes de las imágenes de la publicidad y de los videos



de las noticias se convertirán en una forma de arte. Ya no podremos creer lo que verán nuestros ojos cuando observen un video – realidad mediática, y buscaremos indicadores externos de confiabilidad." (www.saffo.com/essays/texthotnewmedium.php)

- La manipulación de las imágenes y los videos ha tenido graves implicaciones para la veracidad de la información y no es aceptable en los medios de noticias. Las imágenes manipuladas no deberían ser utilizadas en las historias de noticias o en ninguna situación legal que pueda servir como evidencia
- "Tengo la misma libertad de trabajar con las imágenes fotográficas que los ilustradores han tenido por siglos. Ya no estoy atado por las leyes de la física y la realidad" (Fotógrafo y retocador en computadoras Barry Blackman)

- Investigue sobre la tecnología de la manipulación para el retoque – y video –que está disponible en la actualidad. Describa el tipo de cambios que esta tecnología puede hacer posible.
- Basado en su investigación, identifique y describa los ejemplos dónde se ha utilizado esta tecnología en el mundo de la moda y en el reportaje de noticias. Explore la controversia que existe en relación al uso de esta tecnología para las personas que trabajan en la industria de la moda y de las noticias.
- Discuta hasta qué punto el conocimiento de esta tecnología afecta la forma en la que las personas responden a las fotos en los editoriales de moda y fotoperiodismo. Describa los beneficios y responsabilidades de esta tecnología para las personas y los eventos que se retratan y para las audiencias que ven estas imágenes
- Si es posible, evalué el software disponible para la manipulación de imágenes. Escanee una fotografía y experimente con el software. Describa los tipos de cambios posibles que se pueden hacer a la fotografía. Explique el efecto que estos cambios tienen en el impacto o significado de la fotografía

RECOMENDACIONES DE EVALUACIÓN

- Análisis de los ejemplos actuales de las imágenes manipuladas en los medios impresos y electrónicos
- Participación en estudios de caso de fotoperiodismo y fotografía de moda

- Participación en ejercicios de producción

MÓDULO 4, UNIDAD 4: PLANOS DE CÁMARA Y ÁNGULOS,TRANSMITIENDO UN MENSAJE

- DURACIÓN: 2 horas

TEMAS CLAVES

- Explorando y analizando los planos de cámara y los ángulos en los textos mediáticos
- Desarrollando una lista de tomas para el trabajo con las cámaras

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- IIdentificar y analizar el uso de los planos de la cámara y los ángulos en una variedad de medios y textos de información
- Analizar el efecto de los planos de la cámara y los ángulos particulares en los mensajes que se transmiten y en las audiencias
- Elija un trabajo de cámara apropiado para capturar un evento, como una concentración política o debate, o un festival en una comunidad o celebración

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

- Realice una investigación en los medios para encontrar ejemplos de textos mediáticos e información que hagan eficaz el uso de uno o más planos de cámara y ángulos descritos en el recuadro al final de este módulo. Tome en cuenta la revisión de fotos de periódicos, noticieros de televisión, clips de cine o clips de programas de televisión. Describa el significado que se transmite a través de los "lenguajes" de la cámara que se utilizan en cada texto
- Encuentre un ejemplo de una imagen estática o una fotografía, un clip de un programa de televisión o un noticiero de televisión. Examínelo detenidamente. Describa cómo se coloca al sujeto en la foto o en el metraje. ¿Cuál es la impresión que se transmite como resultado? Describa cuál es la posición de la audiencia en relación al sujeto. Si usted cambiara o sustituyera un ángulo distinto de la cámara o disparo, ¿cómo cambiaría el significado que se transmite a través de la foto o del metraje?
- Imagine que usted es un camarógrafo o un fotógrafo que está cubriendo una concentración política o un festival en una comunidad o celebración. ¿Qué tipo de ángulos de cámara o qué tipos de disparos usted escogería para su cobertura y por qué? Desarrolle una pequeña lista de tomas para cubrir este evento. ¿De qué forma este trabajo de cámara le ayudará a transmitir la información necesaria y la impresión que desea sobre el evento?

RECOMENDACIONES DE EVALUACIÓN

- Identificación del trabajo de la cámara en una variedad de textos mediáticos
- Análisis de las imágenes fijas, fotografías o video-noticias para encontrar los códigos simbólicos y técnicos
- Bosquejo de un trabajo de cámara para la cobertura de una concentración política o una celebración



MÓDULO 5, UNIDAD 5: PUBLICIDAD TRANSNACIONAL Y "SUPER MARCAS"

- DURACIÓN: 2 horas

TEMAS CLAVES

- El atractivo de las "super marcas"
- Estrategias que se usan para crear las super marcas
- La eficacia de ejemplos actuales de marca (branding) para comunicar un mensaje y llegar a la audiencia seleccionada
- Temas claves y mensajes que se transmiten a través de las campañas globales de publicidad

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de completar esta unidad, los profesores serán capaces de:

- Analizar y evaluar las estrategias de marca y su eficacia
- Evaluar el impacto de la marca en las comunidades locales y globales
- Analizar los mensajes y valores que se transmiten a través de las estrategias específicas de marca
- Evaluar el papel de las nuevas tecnologías en el branding local y global

ENFOQUES PEDAGÓGICOS Y ACTIVIDADES

- "La estrategia global de mercadeo es tan eficaz que se requiere una subversión consciente. El mensaje "le venderemos una cultura", ha dado como resultado una campaña global de publicidad, un solo mensaje de publicidad que se utiliza en todos los países donde el producto se fabrica o distribuye. La publicidad a nivel mundial es más económica y más eficiente, a pesar de que no esté acorde con las condiciones locales" (Noreene Janus, Advertising and Global Culture, en Cultural Survival Quaterly, 1983.)
    - Lleve a cabo una investigación en línea para determinar las estrategias de mercado que utilizan las corporaciones transnacionales. Tome en cuenta visitar www.adage.com,) el sitio web de la industria de la publicación Advertising Age. Identifique las diversas estrategias que utilizan las principales compañías para promover sus productos y "vender" una cultura. Hable lo que está implícito – directa o indirectamente – sobre la cultura tradicional vs. la contemporánea
    - Visite un sitio en la red de una corporación transnacional y elija uno de sus anuncios para examinarlo de cerca. Identifique los elementos de este anuncio que hacen que sea llamativo. Considere el uso de aseveraciones y el recurso emocional. Si es posible, compare este anuncio con otro del mismo producto que esté enfocado a otra región o mercado. Identifique las formas en las cuales se ha construido cada anuncio para el mercado seleccionado. Explore hasta qué punto es posible que una persona entienda el anuncio, incluso aún si él o ella no entienden el idioma que se usa. (tome en cuenta lo que puede hacer que un anuncio y sus imágenes sean "universales")
    - Muchos críticos dicen que los anuncios transnacionales están centrados en "vender" una cultura. Analice las maneras en las cuales se lleva a cabo esta "venta". Identifique los mensajes o los valores que se transmiten
    - Cree un bosquejo para un anuncio de un producto o servicio que sea originario de una comunidad o región en particular. Identifique y explique las estrategias técnicas y creativas que serían más eficientes para llegar a esta audiencia. Explique cómo sus ideas son diferentes de aquellas desarrolladas por una agencia de publicidad norte americana o europea para llegar al mismo mercado

- "Ya que una característica importante de la cultura transnacional es la velocidad y el aliento con los que se transmite, los sistemas de comunicación e información juegan un papel importante, permitiendo que el mensaje sea distribuido globalmente a través de las series de televisión, noticias, revistas, historietas, películas" (Noreene Janus, "Advertising and Global Culture" en Cultural Survival Quarterly, 1983) y, quizá más importante hoy en día, Internet
    - Investigue los ejemplos actuales de publicidad que ilustran el poderoso papel de la tecnología para comunicar y difundir el mensaje del anunciante. Explique cómo la tecnología se utiliza para tal fin
    - Basado en esta investigación, desarrolle un plan de mercadeo para un producto ficticio para un mercado internacional. Identifique la audiencia seleccionada, explique las estrategias que serían más eficientes para llegar a esa audiencia. Explore cómo las nuevas tecnologías hacen que esto sea posible
    - Examine los ejemplos de "branding" en su comunidad local. Explique los elementos que contribuyen al desarrollo de una marca eficaz. Evalué hasta qué punto el ejemplo es eficaz para establecer que la marca sea altamente reconocida, que comunique el significado de la marca y que llegue a la audiencia seleccionada

RECOMENDACIONES DE EVALUACIÓN

- Análisis de los ejemplos de publicidad actuales y estrategias
- Investigación en línea
- Creación de bosquejos para campañas de publicidad

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Alafabetización mediática
Comprender y utilizar los medios de masas de forma segura o no firme, incluyendo un entendimiento informado y crítico de los medios y de las técnicas que los medios emplean y sus efectos. También la capacidad de leer, analizar, evaluar yproducir comunicación en una variedad de formas (por Ej. televisión, imprenta, radio, computadoras, etc.) Otra forma de entender el término es la habilidad para decodificar, analizar, evaluar y producir comunicación en una variedad de formas.

Aldea global (Global Village)
Fue primero mencionado por Marshall Mcluhan en su libro The Gutenber Galaxy, este término describe como el mundo se ha contraído en un pueblo o aldea debido a la tecnología electrónica y el movimiento espontáneo de la información de cada rincón a cada punto al mismo tiempo. Se ha llegado a identificar con la World Wide Web.

Alfabetización digital
La habilidad de utilizar tecnología digital, herramientas de comunicación o redes para localizar, evaluar, usar y crear información. También se refiere a la habilidad para entender y usar la información en múltiples formatos de una gran gama de recursos que se presentan por medio de la computadora, o la habilidad de una persona para desempeñar tareas eficientemente en un ambiente digital. La alfabetización digital incluye la habilidad de leer e interpretar los medios, reproducir datos e imágenes a través de la manipulación digital y evaluar y aplicar el nuevo conocimiento obtenido en los ambientes digitales.

Alfabetización Informacional
Se refiere a la habilidad de reconocer la información cuando se la necesita y localizarla, evaluarla, usarla de una manera eficaz y comunicar la información en los diversos formatos.

AMI
AMI es el acrónimo de (media and information literacy) alfabetización mediática e informacional y se refiere a las competencias esenciales (conocimiento, destrezas y actitud) que permiten a los ciudadanos involucrarse eficázmente con los medios y otros proveedores de información y desarrollar un pensamiento crítico y un aprendizaje de destrezas a lo largo de toda la vida para socializar y convertirse en ciudadanos activos.

Análisis contextual
El enfoque pedagógico en la enseñanza de AMI que se enfoca en el estudio y el análisis de los contextos técnicos, narrativos y de la situación de los textos mediáticos.

Anuncios de bién público
Un tipo de anuncio que aborda algún aspecto del interés público, en lugar de un producto o una marca.

Aprendizaje a lo largo de toda la vida

Está conectado a la idea de la educación centrada en el estudiante. Reconoce que la vida no "inicia" o se "para" después de un programa de instrucción dentro de un tiempo y espacio específicos. Cada individuo está aprendiendo constantemente, lo que hace que los medios y las tecnologías de información sean vitales para mantener este tipo de aprendizaje. El desarrollo de la alfabetización mediática e informacional no está restringida a sólo completar un programa, sino que va más allá de los contextos de educación formal. Esto se da en varios ambientes (lugares de trabajo, actividades comunitarias, ambientes de educación no formal, etc.).

Aprendizaje auditivo

Aprendizaje a través del oído – a veces unido al aprendizaje visual y cinestésico (ver a continuación) como una de las tres distintas maneras de aprendizaje.

Aprendizaje cinestésico

Se refiere al enfoque del aprendizaje que involucra a la actividad física, en lugar de, por ejemplo, escuchar una conferencia.

Aprendizaje visual

Un tipo de aprendizaje basado en absorber las imágenes o mirar demostraciones.

Arquetipo

Un modelo o forma ideal de una persona u objeto que se utiliza para representar las versiones subsecuentes de esta persona u objeto.

Audiencia

Un grupo de consumidores para quien se construye un texto mediático así como cualquiera que esté expuesto a ese texto.

Audiencia seleccionada: Un grupo de personas al que se destina específicamente un texto mediático debido a un grupo de características que comparten, tales como edad, género, profesión, clase, etc.

Audiencia Activa: Un teoría que establece que las personas reciben e interpretan los mensajes mediáticos a la luz de su propia história, experiencia y perspectiva, de manera que diferentes grupos de personas pueden interpretar el mismo mensaje de distinta manera

Auto-regulación

Reglas impuestas por actores políticos o económicos sobre sí mismos. Para los medios, la auto-regulación implica el respetar los códigos de ética y los códigos de práctica sin interferencia de ninguna fuente gobernante o institución.

Blog

Un sitio en la red, que usualmente mantiene una persona, dónde él o ella ponen un comentario, descripciones de eventos, fotos o videos. Otros usuarios pueden dejar comentarios en las entradas del blog pero sólo el propietario puede editar el blog. A menudo se habla de los blogs como "diarios en línea".

Bloqueo — Se refiere a la forma técnica de obstruir el acceso al contenido digital al prevenir el acceso a la dirección de una pieza de información – localizador uniforme de recursos o URL (ver World Wide Web a continuación).

Centrado en el alumno — Un enfoque en la educación que pone al estudiante en el corazón del proceso de aprendizaje. Aquí las necesidades y aspiraciones de los individuos se ponen en el centro del cualquier proceso de aprendizaje o programa, enfocándose mucho en las experiencias de aquellos que traen o aportan a la situación de aprendizaje. Abarca la noción de participación y valora la contribución de los estudiantes a la comunidad de aprendizaje.

Ciudadanía activa — Un miembro de una comunidad definida (política, nacional o social). Generalmente se entiende que la ciudadanía comprende un conjunto de derechos (por Ej. voto y el acceso al bienestar) y responsabilidades (por Ej. participación). Una Ciudadanía activa es la filosofía en la que los ciudadanos deben trabajar para mejorar su comunidad a través de la participación económica, el trabajo público y de voluntariado, y otros esfuerzos para mejorar la vida de todos los ciudadanos.

Ciudadanía/ Responsabilidad cívica — El estado de ser miembro de una comunidad particular social, política o nacional. Estatus de ciudadanía, bajo la teoría del contrato social, que conlleva tanto derechos y responsabilidades.

Código de ética/Código de práctica/Código de diversidad — Un conjunto de principios de conducta para los periodistas, que describe el comportamiento apropiado para alcanzar los estándares profesionales más altos. La Federación Internacional de Periodistas (IFJ en Inglés) estableció ejemplos de dichos códigos. A pesar de que hay diferencias entre los distintos códigos existentes, la mayoría comparten principios comunes, incluyendo la verdad, la exactitud, la objetividad, la imparcialidad, la equidad y la responsabilidad pública, ya que estos se aplican en la adquisición de información de noticias de interés periodístico y su subsecuente diseminación al público.

Comunicación — Un proceso en el cual se empaca la información y es canalizada e impartida por un emisor a un receptor a través de algún medio. Todas las formas de comunicación requieren de un emisor, un mensaje y un receptor esperado. Sin embargo, no es necesario que el receptor esté presente o consciente del objetivo del emisor de transmitir al momento del mensaje a fin de que ocurra un acto de comunicación.

Conocimiento — El hecho o la condición de tener información o de ser aprendido.

Contenido generado por el usuario — La libertad profesional dada a los editores para que tomen decisiones editoriales sin la interferencia del propietario del medio o de ningún otro actor del estado o independiente.

También se lo conoce como medios generados por consumidores (CGM) y contenido generado por los usuarios, el UGC se refiere a los diversos tipos de contenidos de medios que están públicamente disponibles y que pueden ser producidos por los usuarios de los medios digitales. Por lo tanto, aquellos que consumen el contenido también producen el contenido.

Contenido mediático o de los medios — Producido por los medios y entregado a las audiencias.

Contexto — Conjunto de hechos y circunstancias alrededor de un texto mediático que influyen en su interpretación.

Convención — En el contexto mediático, se refiere al estándar o norma que actúa como la regla de comportamiento.

Convergencia — Se refiere a la habilidad de transformar distintos tipos de información, ya sea de voz, sonido, imagen o texto a un código digital, el cual luego es accesible por medio de un rango de dispositivos, desde la computadora personal hasta el teléfono móvil, por lo tanto esto posibilita un ambiente de comunicación digital.

Cultura — Un sistema de valores compartido, aprendido y simbólico. Creencias y actitudes que dan forma e influyen en la percepción y el comportamiento – un "diseño mental abstracto" o "código mental". También se refiere a un patrón integrado de conocimiento humano, creencias y comportamiento que depende de la capacidad de pensamiento simbólico y aprendizaje social.

Cultura Popular — La totalidad de las ideas, perspectivas, actitudes, temas, imágenes y otros fenómenos que se prefieren por un consenso informal de la mayoría de una cierta cultura, especialmente en la cultura occidental de mediados del siglo XX y en la cultura popular emergente de finales del siglo XX e inicios del siglo XXI.

Curriculum — Un conjunto de cursos o materias cuyo contenido se ha diseñado para proveer un enfoque secuencial al aprendizaje.

Democracia — Un sistema de gobierno donde las personas tienen la autoridad final, la cual ejercen directa o indirectamente a través de sus agentes elegidos, que se eligen mediante un sistema libre de elecciones. También implica la libertad para poder hacer elecciones sobre decisiones que afectan la vida del individuo y a la protección de los derechos y las libertades fundamentales.

Derechos de autor
Un conjunto de derechos otorgados por el autor o creador de un trabajo para restringir la habilidad de los otros a copiar, redistribuir y volver a dar forma al contenido. Los derechos a menudo son de propiedad de las compañías que patrocinan el trabajo en lugar de ser de los creadores en sí, y se pueden comprar o vender en el mercado.

Derechos humanos
Un conjunto de derechos y protecciones que son vistas como necesarias para proteger la dignidad y el valor del ser humano. Tales derechos generalmente están plasmados en los documentos nacionales e internacionales que articulan estos derechos (por Ej. La Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Convención Europea de Derechos Humanos, y la Convención sobre los Derechos de los Niños, etc.). También los derechos de grupos o pueblos – que buscan proteger especialmente a los pobres y/o grupos marginados de la sociedad.

Destreza bibliotecaria
Capacidad en el uso de una biblioteca.

Discurso
El tratamiento de un tema o problema (hablado o escrito) que se discute a profundidad.

Discurso de odio
Cualquier comunicación que incita al odio en contra de un grupo definido de personas a causa de sus características de grupo (etnia, género, sexualidad, etc.).

Diversidad
Respeto genuino de las diferencias – próxima a la idea del pluralismo. Las sociedades democráticas o sistemas protegen y valoran la diversidad como parte de los derechos humanos y el respeto a la dignidad humana

Editor
La persona responsable del lado editorial de la publicación, que determina el contexto final del texto, especialmente en un periódico o revista. Este término debe claramente diferenciarse del propietario del medio , que se refiere a la persona o grupo de actores que son propietarios de la empresa mediática.

Esféra pública

La noción de un espacio público en el cual los miembros de una sociedad pueden intercambiar noticias, información y opiniones libremente – un lugar en el cual los individuos se reúnen e intercambian puntos de vista sobre temas de preocupación pública, en base a la igualdad y ser inclusivos-. El teórico más influyente de la esfera pública es Juergen Habermas.

Estereotipos

Una forma común de representación mediática que utiliza características que se pueden reconocer instantáneamente para etiquetar a miembros de un grupo social o cultural. Puede tener tanto connotaciones negativas como positivas.

Fuentes de Infromación

Las personas, grupos o documentos de quienes se obtienen la información.

Gatekeeper (Guardián)

Un término genérico aplicado a cualquiera que tenga el papel de filtrar las ideas y la información para la publicación o transmisión – el proceso interno de toma de decisiones para transmitir o retener la información de los medios para las masas. La guardianía ocurre en todos los niveles de la jerarquía de los medios – desde el reportero que decide qué fuentes va a incluir en una historia hasta los editores que deciden las historias que van a imprimir.

Género

Tipos específicos de contenido de los medios (por Ej. entretenimiento, información, noticias, publicidad, drama, etc.) cada uno tiene su propio objetivo en general y su propio diseño.

Gobierno

Se entiende mejor como el proceso de gobernar que implica la interacción entre las instituciones formales y aquellas de la sociedad civil. El gobierno tiene que ver con aquel que ostenta el poder, autoridad e influencia, cómo se usan y cómo se hacen las políticas y decisiones que se toman en relación a la vida social y pública. El gobierno abarca tanto las instituciones del gobierno como las prácticas y comportamiento que hay en ellas

Buen gobierno: se resume en políticas que sean predecibles, abiertas y acertadas, una burocracia llena de ética profesional que actúe por el bien público, el estado de la ley, los procesos transparentes, y una sociedad civil robusta que participe en los asuntos públicos

Mal gobierno: se caracteriza por políticas que son arbitrarias, burocracia que no rinde cuentas, sistemas legales que no se respetan o son injustos, el abuso del poder ejecutivo, una sociedad civil que no está comprometida con la vida pública y la corrupción generalizada

Ideología
Una doctrina, filosofía, conjunto de creencias o principios que pertenecen a un individuo o grupo. Puede ser visto como una visión integral, una forma de ver a las cosas (como de sentido común o varias tendencias filosóficas), o como un conjunto de ideas propuestas por la clase dominante de la sociedad para todos los miembros de dicha sociedad.

Igualdad
La idea de que a todos, independientemente de la edad, género, religión o etnia, les pertenecen los mismos derechos. Es un principio fundamental de la Declaración Universal de los Derechos Humanos captada en las siguientes palabras "el reconocimiento de la dignidad inherente y los derechos iguales e inalienables de todos los miembros de la familia humana que constituye la base de la libertad, justicia y paz para el mundo". La idea de la ciudadanía acoge los temas de igualdad.

Imagen
Una representación mental icónica o dibujo.

Independencia editorial
La libertad profesional dada a los editores para que tomen decisiones editoriales sin la interferencia del propietario del medio o de ningún otro actor del estado o independiente.

Indígena o comunidad mediática
Cualquier tipo de medio que es creado y controlado por una comunidad – ya sea comunidad geográfica o una comunidad de identidad o interés. Los medios comunitarios están separados de los medios privados (comerciales), medios administrados por el estado y de los medios de difusión pública, y los medios comunitarios cada vez más son reconocidos como un elemento vital para un sistema mediático vibrante y democrático.

Información
Un término amplio que puede cubrir datos; conocimiento derivado del estudio, experiencia o instrucción; señales y símbolos. En el mundo mediático, la información a menudo se describe como el conocimiento de eventos específicos o situaciones que han sido recopiladas o recibidas a través de la comunicación, inteligencia o informes de noticias.

Información de dominio público
Un término que se aplica a los trabajos públicos creativos, incluyendo poesía, arte, libros, películas, diseño de productos y otras formas de propiedad intelectual, como programas de computación. Ser de dominio público significa que el trabajo creativo puede ser utilizado para cualquier fin que el usuario desee. Los productos de dominio público se consideran parte de la herencia cultural colectiva de una sociedad en general, lo que es opuesto a la propiedad de un individuo.

Interés púbico	El concepto de bienestar general o beneficio para el público como un todo, en contraste con los intereses particulares de una persona o grupo. No existen acuerdos sobre lo que constituye interés público, pero el término refleja el sentido que algunos intereses pertenecen a todos, idenpendientemente de su estatus o posición, y que además requieren de acciones para protegerlos.
Internet	Un sistema global de redes de computación interconectadas que utilizan el Protocolo Estándar Suite de Internet (TCP/IP) para servir a billones de usuarios a nivel mundial. Es la red de redes que esta formada por millones de redes privadas, públicas, académicas, de negocios y de gobierno, de alcance local a global que están enlazadas por una gran gama de tecnologías electrónicas y ópticas de redes.
Lenguajes de los medios	Son las convenciones, formatos, símbolos y estructuras narrativas que indican el significado de los mensajes mediáticos dirigidos a una audiencia. Simbólicamente, el lenguaje de los medios electrónicos funciona de manera similar a la gramática en los medios impresos.
Libertad de expresión	Un derecho humano fundamental. Se utiliza para indicar que no sólo implica la libertad de palabra sino el acto de buscar, recibir e impartir información. La libertad de prensa es un corolario de este derecho y es esencial para la construcción y el apoyo a las comunidades y a la sociedad civil.
Libertad de información	El derecho de los ciudadanos a tener acceso a la información que tienen las entidades públicas.
Libertad de palabra	La libertad de hablar libremente sin censura o limitación, o ambas. El término sinónimo libertad de expresión a veces se utiliza para indicar no sólo la libertad de palabra, sino el acto de buscar, recibir e impartir información o ideas, independientemente del medio que se utilice.
Libertad de prensa	Los medios en general (no sólo los medios impresos) que son libres de la censura o del control por parte del gobierno – no excluye la aplicación de leyes de competencia para prevenir los monopolios, o la asignación del estado de frecuencias de transmisión.
Marketing	Proceso a través del cual las empresas crean el interés del cliente en sus productos o servicios. El marketing genera la estrategia que sustenta las técnicas de venta, la comunicación en los negocios y el desarrollo del negocio.

Medios — Objetos físicos que se utilizan para comunicar, o comunicación de masas a través de objetos físicos como radios, televisión, computadoras, películas, etc. También se refiere a cualquier objeto físico que se utiliza para comunicar los mensajes mediáticos. Los medios son una fuente de información creíble donde los contenidos se proveen a través de procesos editoriales determinados por valores periodísticos, y por lo tanto la responsabilidad editorial puede ser atribuida a una organización o a una personal legal. En años recientes el término medios a menudo se utiliza para incluir a los nuevos medios en línea.

Medios de — Medios consistentes de papel y tinta – reproducidos en un proceso de impresión que tradicionalmente es mecánico.

Comunicación — Los medios que reciben fondos públicos a menudo deben tener un papel de apoyo al interés público para dar un balance y una programación diversificada que es representativa de la comunidad como un todo.

Impresos — Medios consistentes de papel y tinta – reproducidos en un proceso de impresión que tradicionalmente es mecánico.

Medios de bién público — Los medios que reciben fondos públicos a menudo deben tener un papel de apoyo al interés público para dar un balance y una programación diversificada que es representativa de la comunidad como un todo.

Medios de noticia — La sección de medios de masas que se enfoca en presentar las noticias de actualidad al público. Esto incluye medios impresos (por Ej. periódicos y revistas) medios de difusión (radios y televisión) y cada vez más los medios basados enInternet (por Ej. las páginas del World Wide Web y los blogs).

Medios Masivos — Medios dirigidos a grandes audiencias utilizando la acción de las tecnologías. Los medios de comunicación masiva son canales de comunicación a través de los cuales circulan los mensajes.

Medios principales — Los medios que se difunden a través de los canales más grandes de distribución, lo cual es representativo de lo que la mayoría de consumidores de medios van a encontrar. El término también denota los medios que generalmente reflejan las corrientes de pensamiento que prevalecen, influencia o actividad.

Medios Visuales — Los medios que dependen de las imágenes para comunicar un significado (por Ej. televisión, películas, Internet, etc.)

Mensaje — La información que se envía de una fuente al receptor.

Mercadeo
Actividades dirigidas a la rápida venta al detalle de bienes utilizando agrupaciones, técnicas de exhibición, muestras gratis, demostraciones en el sitio, precios, ofertas especiales y otros métodos de venta en puntos.

Mito
Los mitos representan sistemas de creencias implícitos que expresan miedos, deseos y aspiraciones de una cultura, como el mito del "viaje heroico" . En estas historias, el héroe – que desconoce su destino – es llamado a emprender una gran búsqueda o hazaña. Generalmente el héroe atraviesa una serie de etapas como parte de su búsqueda, incluyendo: su "nacimiento" o inicio, el ser consciente de su "llamado" o destino, experimentar el romance, luchar contra enemigos, recibir consejos de un anciano sabio, y finalmente el regreso a casa.

Multimedia
El uso combinado de varios medios, especialmente para propósitos de educación o entretenimiento. También puede implicar la integración de texto, sonido, movimiento completo –o parcial – video o gráficos en formato digital.

Narrativa
El contar una historia o una trama a través de una secuencia de eventos. En el contexto de un texto mediático, es la secuencia coherente de eventos en tiempo y espacio.

Noticias
La comunicación de información sobre los eventos de actualidad a través de la impresión, transmisión, Internet de boca en boca a una tercera persona o a una audiencia masiva.

Nuevos medioa
Contenidos organizados y distribuidos sobre plataformas digitales.

Participación (participación cívica)
La participación es el corazón de la democracia, y su principal objetivo es asegurar que cada individuo puede asumir su sitio en la sociedad y realizar su contribución para su desarrollo. Es un elemento importante de la práctica democrática y crucial para el proceso de toma de decisiones, considerado la piedra angular de los derechos humanos básicos.

Película
Una forma de entretenimiento que representa una historia a través de una secuencia de imágenes y sonido, que da la ilusión de un movimiento continúo.

Pensamiento crítico
La habilidad de examinar y analizar la información e ideas con el fin de entender y evaluar sus valores y supuestos, en lugar de simplemente aceptar las propuestas por su valor nominal.

Periódicos
Una publicación que tiene un cronograma regular y contiene noticias, información y publicidad, generalmente impresa en papel relativamente barato, de bajo grado como es el papel periódico.

Periodismo
La recolección, escritura, edición y presentación de las noticias en periódicos, revistas, transmisiones de radio y televisión o Internet.

Periodismo Ciudadano
Se refiere a la habilidad de las personas, que utilizan los medios digitales, de interactuar y dar forma a las noticias y contenido al proveer su propia información, comentario o perspectiva.

Periodista
Una persona que recolecta y difunde información sobre eventos de actualidad, personas, tendencias y temas. El trabajo de esta persona es reconocido como periodismo.

Pluralismo (pluralismo de los medios)
Se caracteriza por una diversidad de canales de medios, tanto en términos de propiedad (privados, públicos y comunitarios) y los tipos de medios (impresos, radio, televisión e Internet). Más ampliamente, el pluralismo en la sociedad se caracteriza por una situación en la cual los miembros de diversos grupos étnicos, raciales, religiosos o sociales mantienen una participación autónoma en el desarrollo de su cultura tradicional o intereses especiales dentro de los confines de una civilización común.

Podcasts
Archivos de audio y video que se producen periódicamente. Los podcasts pueden ser escuchados o vistos a través de dispositivos como las computadoras o teléfonos inteligentes.

Prensa
Medios de comunicación impresos responsables de recopilar y publicar noticias en forma de periódicos o revistas.

Producción
El proceso de poner junto todo el contenido mediático para hacer un producto mediático terminado. También se puede referir al proceso de crear textos mediáticos así como personas involucradas en este proceso.

Propaganda
Una forma de comunicación dirigida a influir en la actitud de una comunidad hacia alguna causa o posición.

Publicidad
Un conjunto de prácticas y técnicas que atraen la atención del consumidor a productos o servicios con el objeto de persuadirlos para comprar el producto o servicio que se anuncia.

Racismo
La creencia que los factores genéticos que constituyen la raza son los principales determinantes de los rasgos humanos y sus capacidades y que las diferencias raciales producen una superioridad inherente de una raza particular.

Radio
Comunicación de señales audibles codificadas en ondaselectromagnéticas – transmisión de programas para el público a través del espectro de transmisión radial.

Redes sociales	Las conexiones en línea con las personas en la redes alrededor de un interés común o actividad. La actividad de las redes sociales incluye a personas que publican sus perfiles que proveen información sobre sí mismos. Facebook es un ejemplo de una red social popular..
Regulación (medios)	Se refiere a los intentos de controlar o afectar el comportamiento de las organizaciones mediáticas y los actores de los medios al desarrollar y hacer cumplir las reglas y códigos de comportamiento.
Representación	Los procesos por los cuales un texto mediático desarrollado representa, simboliza, describe o representa a personas, lugares, eventos o ideas que son reales y que existen fuera del texto. También puede significar la relación entre sitios actuales, personas, eventos e ideas y el contenido de los medios.
Sexismo	Prejuicio o discriminación basada en el sexo, especialmente la discriminación en contra de las mujeres – comportamiento, condiciones o actitudes que fomentan los estereotipos de los roles sociales basados en el sexo.
Simbolismo	El uso de símbolos, incluyendo imágenes, conceptos y arquetipos, para representar aspectos de la realidad (por Ej.los vaqueros malos que utilizan sombreros negros y los vaqueros buenos que utilizan sombreros blancos)..
Sitio en la red	Una colección de páginas de la red, imágenes y datos con un común localizador de recursos uniformes (URL) (ver World Wide Web a continuación)..
Software	Los programas y datos que dan instrucciones a una computadora sobre cómo manejar los datos u operaciones de varios tipos. Los ejemplos van desde software para oficinas que producen y manipulan la información hasta software que controla la forma y la edición de las imágenes.
Storyboard (Tablero donde se cuenta una historia)	La representación pictórica de una secuencia de una película a menudo representada como una serie de dibujos de historietas – parte de la preparación del editor para las tomas de una película.
Technología	Hardware que se utiliza para crear y comunicar con los medios (por Ej. radios, computadoras, teléfonos, satélites, impresos, etc.
Televisión	La transmisión de imágenes dinámicas y a veces estáticas, generalmente acompañadas de sonido, a través señales eléctricas o electromagnéticas; el contenido visual y auditivo de dichas señales, y las organizaciones que producen y transmiten los programas de televisión.

Texto

Los textos mediáticos usualmente se refieren a los resultados individuales de la producción de los medios, tanto escritos, auditivos o de video (por Ej. un episodio de TV, un libro, un tema en una revista o un periódico, un anuncio, etc.).

TICs

Tecnologías de la Información y la Comunicación son todos los medios técnicos que se utilizan para manejar la información y facilitar la comunicación, incluyendo hardware de computadoras y redes, así como también todo el software necesario. En otras palabras, las TICs abarcan la tecnología de la información así como la telefonía, medios de transmisión y todos los tipos de procesamiento y transmisión de audio y video. Enfatiza el papel de las comunicaciones (líneas telefónicas y señales inalámbricas) en la moderna tecnología de la información.

Valor noticioso

A veces se lo denomina criterio de noticias, esto determina la importancia que se le da a una historia noticiosa en un medio y la atención que la audiencia le presta. Algunos de los más importantes valores noticiosos incluyen la frecuencia, lo imprevisto, la personalización, la relevancia o que sean generadas en un conflicto.

Web 2.0

Aplicaciones que facilitan la interactividad y permiten a los usuarios diseñar las características de su propio software. Las aplicaciones de la Web 2.0 enfatizan la importancia de la colaboración y comparti.

Wiki

Un sitio en la red que usualmente más de una persona lo mantiene, donde los usuarios colaboran con el contenido. A menudo tienen múltiples páginas interconectadas y contenido incluyendo comentarios, descripciones de eventos, documentos, etc. Un Wiki se diferencia de un blog ya que sus contenidos generalmente son actualizados por múltiples usuarios y una gran variedad de materiales pueden ser subidos en el.

World Wide Web

Un servicio que opera en Internet que permite que un inmenso volumen de contenido esté disponible al proveer tres funciones: un formato de publicaciones Hyper Text Markup Language (Lenguaje de Marcado de Hipertexto) (HTML); una dirección para cada pieza de información (conocido como el Uniform Resource Locator (Localizador Uniforme de Recursos)o URL y un medio para transferir la información, a través del Hyper Text Transfer Protocol (Protocolo de Transferencia de Hipertexto) (http).

YouTube

Un sitio en la red en el que se puede compartir videos y donde os usuarios suben los videos sobre cualquier tema que les interese.

Vivimos en un mundo donde la calidad de información que recibimos determina en gran medida nuestras posibilidades y acciones, incluyendo nuestra capacidad de disfrutar de las libertades fundamentales y la habilidad para ejercer la libre determinación y el desarrollo. «Alfabetización Mediática e Informacional Curriculum para Profesores» es una publicación pionera que constituye un recurso importante para los Estados Miembros de la UNESCO. Primero, es una mirada perspectiva que se basa en las actuales tendencias de convergencia de la radio, televisión, Internet, periódicos, libros, archivos digitales y bibliotecas en una misma plataforma. Segundo, está diseñada específicamente para ser integrada al sistema de educación formal de profesores. La UNESCO, en última instancia, considera que este plan de estudios contribuirá a la innovación y mejora en todos los niveles de educación.

Jānis Kārkliņš, Subdirector-General para la Comunicación e Información, UNESCO

www.unesco.org/webworld



Organización
de las Naciones Unidas
para la Educación,
la Ciencia y la Cultura

Sector de Comunicación e Información

ISBN: 978-959-18-0787- 8

